

Envisioning 2035, Pantini: “Se Atene piange, Sparta non ride”, l’export 2025 si chiude in calo quasi ovunque

scritto da Emanuele Fiorio | 21 Giugno 2026



Il vino italiano frena ma resiste alla tempesta geopolitica e demografica. Al forum Envisioning 2035, Denis Pantini di Nomisma fotografa un export 2025 a -3,6%, un calo diffuso che tuttavia batte i crolli di Francia, Spagna e il tracollo USA. Tra consumatori che invecchiano e il tramonto del mito cinese, la svolta passa da investimenti nell’enoturismo e mercati emergenti.

Si è svolta giovedì 4 giugno 2026, sulla Terrazza Belvedere di Palazzo Regione Lombardia a Milano, la seconda edizione di [Envisioning 2035 – Wine \[R\]evolution](#), l’evento promosso da

Wine Meridian è sostenuto da FreedL Group che ogni anno riunisce imprenditori, analisti e manager del settore vitivinicolo. L'obiettivo della giornata, moderata dal Direttore responsabile di Wine Meridian Fabio Piccoli, è andare oltre la fotografia della crisi e arrivare a priorità strategiche concrete in vista del 2035.

Ad aprire i lavori è stato **Denis Pantini**, responsabile Agrifood e Wine Monitor di Nomisma, l'osservatorio considerato tra i più autorevoli in Italia per l'analisi dei mercati del vino. Pantini ha scelto la strada della trasparenza fin dalle prime battute: *«Cercherò in 12 minuti di condensare e darvi un po' di numeri che fotografano quella che è la realtà. Non indorerò la pillola e sarò più realista del re»*.

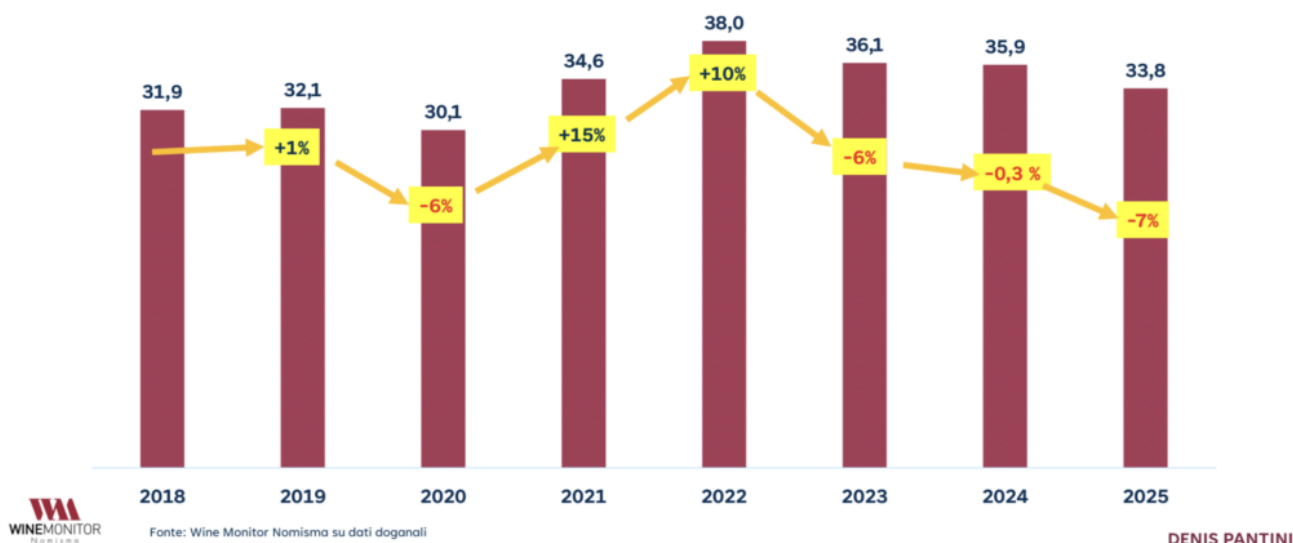
Export globale in frenata, Cina ferma

I dati presentati raccontano un export mondiale di vino che, dopo il record di 38 miliardi di euro toccato nel 2022, ha **chiuso l'ultimo anno con una riduzione del 7% a valore**. Gli Stati Uniti, primo mercato al mondo, segnano un -4%, la Germania un -5%. La Cina resta la grande incognita: *«È il grande assente e, ahimè, vedendo anche le dinamiche demografiche dei prossimi anni, forse lo sarà in eterno»*, ha osservato Pantini, sottolineando un **crollo dell'import cinese del 14% nel primo trimestre 2026**. *«Quell'El Dorado che avevamo visto prima del Covid di crescita continua nei consumi di vino, in realtà oggi si è completamente arrestato»*, ha aggiunto, ricordando che persino i produttori attivi in Cina hanno ridotto le produzioni nazionali, segnale di una fiducia in calo continuo sul settore.

2025, EXPORT MONDIALE DI VINO NUOVAMENTE IN CALO



EXPORT MONDIALE DI VINO (Miliardi di euro e variazione anno precedente)

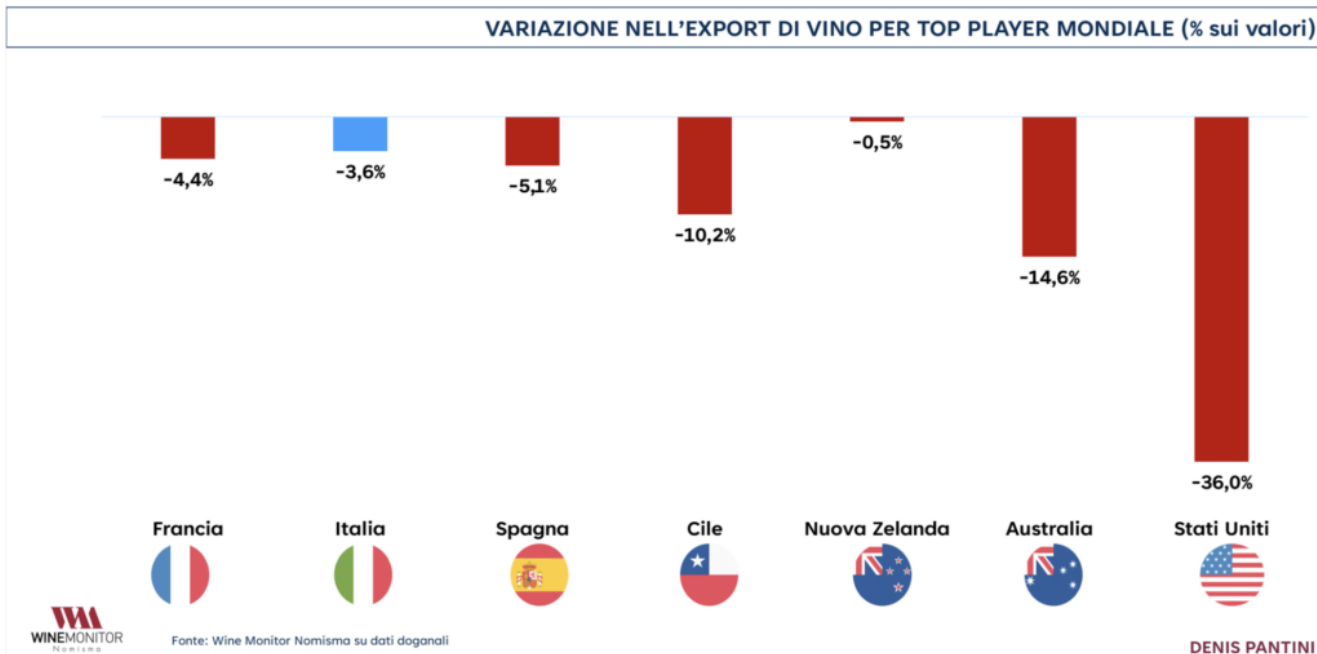


In questo scenario **l'Italia ha retto con un +2% a volume**, ma Pantini ha invitato a leggere il dato con attenzione: la crescita riguarda in larga parte i **vini da tavola**, «*trainata al rialzo proprio anche in virtù di un ridotto potere d'acquisto e quindi di ricerca di convenienza*». **Le esportazioni italiane sono scese del 3,6%**, tornando sotto gli 8 miliardi di euro dopo il record del 2022. Un calo trasversale a tutte le categorie, fatta eccezione per gli spumanti che guadagnano qualcosa sul fronte dei volumi.

Il confronto con i competitor

Per dare la giusta proporzione al risultato italiano, Pantini ha messo sul tavolo i numeri della concorrenza internazionale: «**Se Atene piange, Sparta non ride**, perché è vero, noi abbiamo perso il 3,6%, ma guardando a quello che hanno fatto gli altri competitor non è che siano andati molto meglio». Francia -4,4%, Spagna -5,1%, Cile -10,2%, Australia -14,6%. Gli **Stati Uniti**, colpiti dalla guerra dei dazi voluta da Trump e dalle ritorsioni di Cina e Canada, segnano un **-36%**: «Questo è il dato, diciamo così, della legge del contrappasso legata ai dazi di Trump».

...PER QUANTO CI SIA CHI E' ANDATO PEGGIO



Una base di consumatori che invecchia

Sul mercato interno, Pantini ha individuato un **cambiamento strutturale più che congiunturale**. Confrontando il 2015 con l'anno scorso, su 100 bottiglie consumate gli spumanti sono passati da 11 a 15, i vini rossi fermi sono scesi da 41 a 37. La causa, secondo l'analisi di Nomisma, va cercata nell'età dei consumatori: *«Nel 2006 gli over 45 erano poco più della metà di tutta la consumer base, oggi sono i due terzi»*. E proprio in questa fascia il consumo quotidiano si è ridimensionato in modo netto: **tra i 45-64enni la quota di chi consuma vino quotidianamente o più volte a settimana è scesa dal 63% al 37% in vent'anni**.

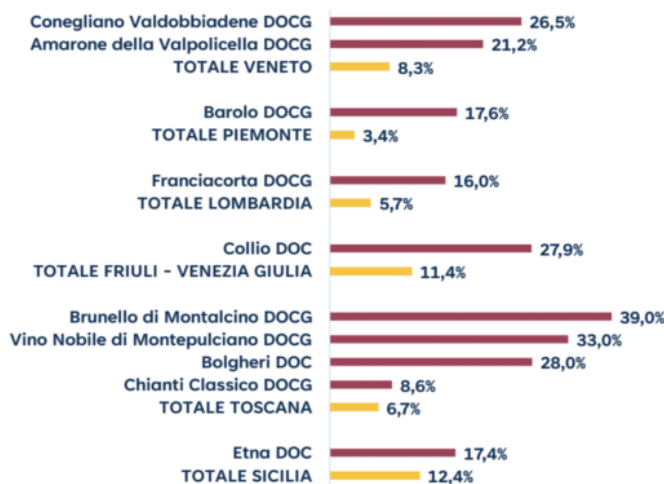
Tra le tendenze emergenti, **Pantini ha citato i vini dealcolati**, ancora una nicchia (circa 400mila bottiglie vendute nella grande distribuzione lo scorso anno) ma destinata a crescere, soprattutto tra i più giovani: **il 31% della Gen Z** si dichiara interessato a provarli, contro una media generale del 24%.

Enoturismo, un'opportunità che richiede investimenti

Tra i segnali più incoraggianti, Pantini ha indicato l'enoturismo. Nei comuni delle principali denominazioni, l'afflusso turistico è cresciuto ben oltre la media regionale: Conegliano Valdobbiadene +26%, Franciacorta +16%. Il giro d'affari legato all'enoturismo, comprensivo di vendita diretta e hospitality, supera 3 miliardi di euro, pari al **20% del fatturato di settore e fino al 35% per le piccole cantine**. Un punto, però, su cui Pantini ha voluto essere chiaro: *«L'enoturismo non deve essere visto come un ripiego, ma è una strategia che richiede investimenti. Non è qualcosa che avviene in maniera automatica, ma che può dare una risposta molto importante alle nostre aziende in questo momento così complicato»*.

UN ASSET ORMAI STRATEGICO (E IN CRESCITA): L'ENOTURISMO

ITALIA: ARRIVI DI TURISTI NEI COMUNI* DI ALCUNI PRINCIPALI VINI DOP (var % 2024 vs 2019 e confronto con media regionale**)



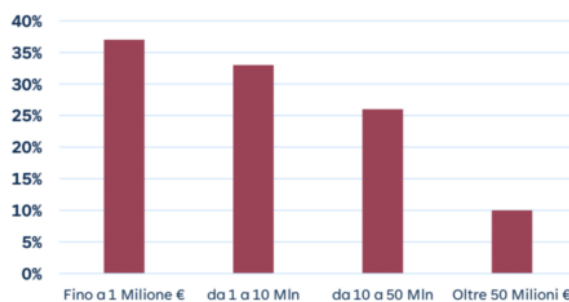
3,1 mld €

Il fatturato derivante dall'enoturismo per le aziende vinicole italiane nel 2025

21%

Contributo medio al fatturato aziendale

Contributo % dell'enoturismo sul fatturato per classe di fatturato delle aziende vinicole



Fonte: Report Nomisma Wine Monitor - Unicredit; *comuni indicati nei rispettivi disciplinari di produzione **al netto degli arrivi nei comuni capoluogo di Regione

DENIS PANTINI

Guardare oltre i mercati tradizionali

Pantini ha chiuso l'intervento guardando alle geografie emergenti. Nel 2019 i primi 14 mercati pesavano l'85% dell'export italiano, oggi questa quota è scesa a poco più

dell'80%, a vantaggio di un **paniere più ampio di mercati** export che oggi pesa quasi il 20%. Polonia, Messico, Corea del Sud, Thailandia e diversi paesi dell'Europa dell'Est mostrano insieme crescita del PIL pro capite e aumento dell'import di vino italiano: una mappa di opportunità che, secondo Pantini, **può affiancare i mercati storici senza pretendere di sostituirli.**

Punti chiave:

- 1. Resistenza italiana al calo globale:** Nel 2025 l'export di vino italiano scende del 3,6% sotto gli 8 miliardi di euro, una flessione trasversale ma più contenuta rispetto a competitor come Francia (-4,4%), Spagna (-5%) e Stati Uniti (-36%).
- 2. Il fattore Cina e la frenata USA:** Il mercato cinese si conferma in arresto strutturale (-14% di import nel primo trimestre 2026), mentre gli Stati Uniti subiscono pesantemente l'impatto della guerra dei dazi doganali.
- 3. Invecchiamento della consumer base:** In Italia gli over 45 rappresentano ormai i due terzi dei consumatori, ma la quota di chi consuma vino quotidianamente in questa fascia d'età è quasi dimezzata in vent'anni, scendendo dal 63% al 37%.
- 4. Enoturismo come asset strategico:** L'accoglienza in cantina e la vendita diretta generano oltre 3 miliardi di euro (fino al 35% del fatturato per le piccole aziende), confermandosi una leva fondamentale che richiede però investimenti mirati.
- 5. Nuove geografie ed emergenti:** I mercati tradizionali perdono quota a favore di nuove destinazioni come Polonia, Messico, Corea del Sud e Thailandia, che registrano crescite costanti del PIL e dell'import di vino italiano.

