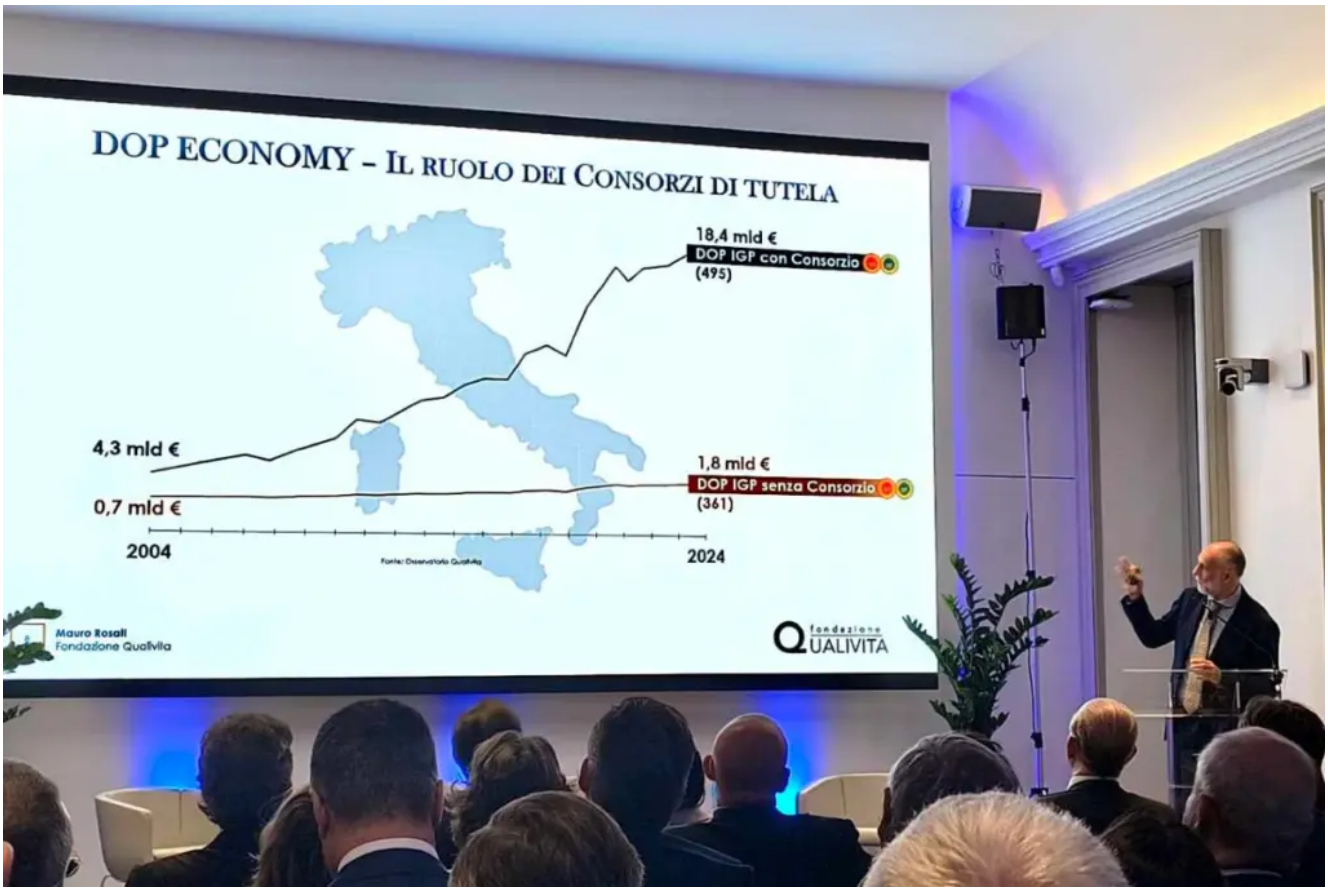
Indagine Mediobanca: mercato più rigido, selettivo e polarizzato

scritto da Emanuele Fiorio | 7 Giugno 2026



L'Indagine Mediobanca delinea una svolta strutturale per il settore vinicolo italiano, segnato nel 2025 da una contrazione delle vendite del 2,8% e da una frenata dell'export. Tra calo dei consumi interni e compressione dei margini, il comparto risponde puntando su managerialità, spinta della DOP economy e diversificazione dell'offerta per agganciare la ripartenza attesa nel 2026.

Il comparto vitivinicolo italiano si trova ad affrontare un profondo **break strutturale**. I dati emersi dall'ultima **indagine sul settore vinicolo in Italia**, curata dall'**Area Studi Mediobanca** e arricchita dal contributo della Fondazione Qualivita, tracciano il quadro di un anno complesso, il 2025,

in cui il rallentamento macroeconomico e il mutamento profondo delle abitudini di consumo hanno ridisegnato i confini della competitività. Per le **255 principali società di capitali analizzate** (tutte con fatturati superiori ai 20 milioni di euro e un giro d'affari aggregato di 12 miliardi), **il mercato è diventato sensibilmente più rigido, selettivo e polarizzato.**

Il consuntivo del 2025 fotografa una **contrazione complessiva delle vendite pari al 2,8%** rispetto all'anno precedente. A pesare in modo determinante è stata la frenata della domanda d'oltreconfine, con un **export in calo del 3,4%**, mentre il **mercato interno** ha mostrato una parziale tenuta pur registrando un **arretramento del 2,2%.** Di fronte a questa contrazione, le aziende di minori dimensioni (sotto i 30 milioni di fatturato) si sono rivelate le più fragili, pagando il prezzo più alto con una flessione media del 3,5%. Nonostante questa temporanea battuta d'arresto, lo spirito dei produttori non cede al pessimismo: il **70% delle imprese continua a ritenere il settore attrattivo**, considerandolo tuttavia nel pieno di un severo e necessario processo di selezione naturale.

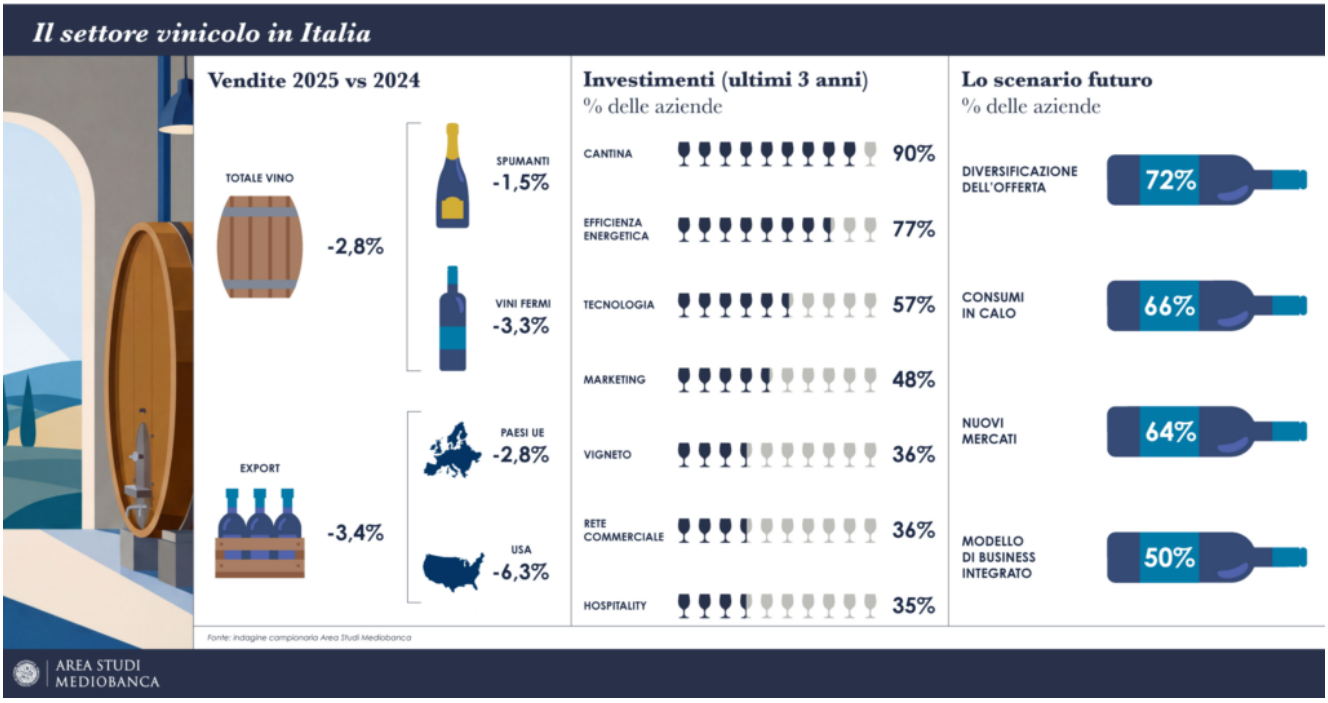
I consumi cambiano pelle: la compressione dei volumi e dei margini

Il dato forse più significativo che certifica il cambiamento d'epoca riguarda i **consumi nazionali pro-capite**. Negli ultimi anni la discesa è stata costante e marcata: si è passati dai 38 litri all'anno per persona registrati nel 2022 ai 35,6 litri del 2025, segnando una **flessione del 9,4%.** Una dinamica strutturale di fronte alla quale l'**80% dei produttori italiani** ha rilevato una contrazione tangibile della domanda interna, e circa i due terzi stimano che questa tendenza calante sia destinata a proseguire stabilmente nel medio termine.

Questa ridefinizione dei volumi ha generato un forte effetto leva sui bilanci aziendali, traducendosi in una **vistosa**

compressione della redditività. A fronte di una flessione dei ricavi contenuta sotto i tre punti percentuali, i margini operativi hanno subito scossoni molto più violenti: l'**Ebitda è calato del 4,2%**, l'**Ebit è crollato del 9,5%** e il **risultato netto ha registrato una perdita del 7,5%**. Tali sfasamenti percentuali indicano inequivocabilmente una rigidità strutturale dei costi produttivi (soprattutto per le aziende *capital intensive*, il cui giro d'affari ha subito una flessione del 3,7%), difficili da rimodulare tempestivamente in risposta alle fluttuazioni dei mercati.

Su questo aspetto si innesta l'accorato monito del presidente di Unione Italiana Vini (UIV), **Lamberto Frescobaldi**, che ha lanciato un vero e proprio alert per l'evoluzione del comparto: *«I dati evidenziano una forte compressione dei margini e una struttura dei costi poco flessibile»*. Secondo Frescobaldi, per rispondere al calo strutturale dei consumi e alle pressioni geopolitiche non bastano più le risposte tradizionali: la parola d'ordine deve essere un'**impresa vino più manageriale e razionale**. Tra le soluzioni sistemiche urgenti viene indicato il **contingentamento della produzione attraverso la riduzione delle rese**, una mossa indispensabile per difendere il valore ed evitare pericolosi fenomeni di sovrapproduzione in una fase in cui i prezzi dello sfuso mostrano forti tensioni.



Geografia dei mercati e canali di vendita in sofferenza

L'analisi geografica delle esportazioni mette a nudo le difficoltà riscontrate nei mercati storicamente centrali per l'eccellenza enoica italiana. Il rallentamento più brusco si è registrato negli **Stati Uniti, dove l'export è arretrato del 6,3%** (pur rappresentando ancora la quota bulgara del 70% del mercato nordamericano). I flussi verso i **Paesi dell'Unione Europea hanno ceduto il 2,8%**, mentre ha mostrato una sostanziale e lodevole resilienza il **Regno Unito, limitando le perdite allo 0,7%**.

Anche l'esame dei canali distributivi riflette il mutamento delle abitudini d'acquisto e il minore spazio di manovra economica delle famiglie. Il canale **Horeca (on premise) ha perso il 2,0% in valore**, pur mantenendo una quota complessiva del 17,2%. Flettono in modo più deciso le **enoteche e i wine bar (-5,1%)**, sintomo di un consumo d'impulso e di specializzazione che fatica a trovare continuità. **Nemmeno le vendite dirette (-1,0%) o il canale online sono rimasti immuni dalla tendenza negativa:** i siti internet aziendali hanno perso il 2,4% e le piattaforme terze di e-commerce sono scese del

3,6%, ridimensionando l’euforia digitale degli anni passati.

In questo mare agitato, la selettività del mercato ha premiato la dinamicità e l’alto posizionamento. Hanno mostrato una maggiore tenuta i **vini spumanti (-1,5%)** rispetto ai vini fermi (-3,3%). Per quanto riguarda le fasce di prezzo, a soffrire maggiormente è stato il **segmento intermedio (-3,1%)**, schiacciato tra la necessità di volumi dei vini basic (-2,7%) e la tenuta dei prodotti **premium, che hanno limitato la flessione al 2,2%**, a dimostrazione del fatto che la reputazione del marchio e l’alto di gamma continuano a offrire uno scudo protettivo nei momenti di incertezza.

Mappa delle performance: eccellenze regionali e campioni di fatturato

A livello territoriale, la mappa del vino italiano nel consuntivo delle performance di bilancio vede confermate alcune storiche leadership, pur con accenti differenti tra volumi e margini. Il **Veneto si conferma saldamente la prima regione vinicola d’Italia**, concentrando un quarto dei quantitativi prodotti e oltre il 35% del valore nazionale, oltre a guidare l’export complessivo con una quota superiore al 35%. Nei valori seguono l’Emilia-Romagna (8,8% del valore) e il Piemonte (7,6%). La Puglia si distingue per la maggiore asimmetria tra volume (15,2%) e valore (7,4%), ma brilla per il **miglior ROE nazionale** (indice di redditività aziendale che misura il rendimento effettivo per gli azionisti) **al 7,1%**. Sul fronte della redditività pura, la **Toscana domina la classifica con un Ebit margin del 15,5%**, seguita dalle ottime performance del capitale investito in Abruzzo (ROI all’8,1% che misura l’efficienza degli investimenti operativi dell’azienda).

Sul fronte dei singoli player, la vetta delle vendite nel 2025 resta saldamente occupata dal gruppo **Cantine Riunite-GIV** con 635,1 milioni di euro, tallonato dal polo **Argea** a 462,9 milioni e da **IWB** con 395,9 milioni. Sopra la soglia dei 300

milioni si colloca la cooperativa **Caviro** (351,3 milioni). Tra le aziende a fortissima proiezione internazionale si segnalano Fantini Group (export al 95,7%) e la stessa Argea (93,8%).

Leve per il futuro: diversificazione, investimenti e la spinta della DOP Economy

Come rispondono i produttori a questo scenario? La ricetta strategica individuata dalle aziende poggia su pilastri organizzativi ben definiti. La **diversificazione dell'offerta** è ritenuta la principale leva competitiva dal 72% delle imprese, affiancata dall'**apertura di nuovi mercati di sbocco (64%)** e dal **rafforzamento delle attività di marketing**. Inoltre, il 50% delle aziende indica nel **presidio diretto dell'intera filiera produttiva e commerciale** il modello organizzativo ideale per difendere il valore del prodotto.

Gli investimenti nel 2025 sono andati proprio in questa direzione, registrando un **incremento complessivo del 3,5%** rispetto al 2024. Le risorse sono state indirizzate principalmente verso la **cantina (90% dei casi)**, i piani di **efficienza energetica (77%)** e l'introduzione di nuove **tecnologie digitali e industriali (57%)**, mentre è arretrato il budget pubblicitario (-5,4%).

Un elemento fondamentale di stabilità e reputazione è rappresentato dalla **DOP economy**: il comparto dei vini DOP e IGP (che conta ben 522 denominazioni) rappresenta oggi il **79% del valore totale del vino nazionale**. Le oltre 440 modifiche ai disciplinari di produzione realizzate nel quadriennio 2022-2025 dimostrano la grande reattività del sistema nel sapersi adattare alle nuove esigenze ambientali e alle richieste di consumatori sempre più attenti ed esigenti.

Guardando avanti, le sfide rimangono complesse ma le aspettative scommettono sulla ripartenza: il **58% dei maggiori**

produttori prevede un ritorno alla crescita delle vendite già nel corso del 2026. La bussola per il futuro è ormai tracciata: meno frammentazione, più efficienza manageriale e un’identità territoriale solida, capace di trasformare un momento di flessione in un’occasione di profondo rinnovamento e riscatto per il sistema Paese.

Punti chiave:

1. **Frenata delle vendite e dell’export**: Il mercato vinicolo italiano registra una contrazione complessiva del 2,8% nel 2025, causata soprattutto dalla flessione del 3,4% sui mercati esteri, in particolare negli Stati Uniti (-6,3%).
2. **Calo strutturale dei consumi**: I consumi nazionali pro-capite scendono a 35,6 litri annui, un trend negativo rilevato dall’80% dei produttori che impone una transizione verso modelli commerciali più razionali.
3. **Contrazione della redditività aziendale**: A causa della rigidità dei costi strutturali, i margini subiscono un netto peggioramento con l’Ebitda in calo del 4,2% e l’Ebit in contrazione del 9,5%.
4. **Resilienza di spumanti e segmenti premium**: Le bollicine (-1,5%) e i vini di fascia alta (-2,2%) mostrano una capacità di tenuta superiore rispetto alla fascia di prezzo intermedia, più esposta alla crisi.
5. **Strategie di rilancio e fiducia**: Il 58% delle aziende prevede un ritorno alla crescita nel 2026 investendo su diversificazione dell’offerta, efficienza in cantina e valorizzazione della DOP economy.