Export italiano di vini e spiriti, l’Osservatorio Federvini conferma la solidità della filiera nei primi nove mesi del 2025

scritto da Redazione Wine Meridian | 28 Novembre 2025



La filiera italiana di vini, spiriti e aceti mostra solidità nei primi nove mesi del 2025, nonostante le tensioni commerciali globali. L’export registra una fisiologica contrazione negli USA, compensata dalla crescita in Germania, Brasile e mercati asiatici. Sul mercato interno, bollicine e aperitivi trainano i consumi, mentre nel canale Horeca emerge una nuova tendenza verso un consumo più selettivo ed esperienziale.

Una filiera che conferma la propria solidità strutturale e che, pur muovendosi in un contesto internazionale particolarmente complesso, dimostra di saper intercettare nuove traiettorie di consumo. È questa la fotografia scattata dall'ultima edizione dell'**Osservatorio Federvini**, curato da **Nomisma** e **TradeLab**, che analizza l'andamento dei comparti dei vini, degli spiriti e degli aceti nei primi tre trimestri del 2025. Nonostante le incertezze legate alle tensioni commerciali globali e al rallentamento economico, le imprese italiane continuano a presidiare i mercati strategici, bilanciando le fisiologiche flessioni su alcuni mercati maturi con la crescita in nuovi segmenti e la valorizzazione del prodotto.

"I dati dell'Osservatorio ci consegnano una lettura chiara: siamo di fronte a una ridefinizione della geografia dei consumi, sia fisica che comportamentale" commenta **Giacomo Ponti**, Presidente di Federvini. "La flessione negli Stati Uniti era attesa e va letta come parte di una dinamica commerciale più ampia, non nei termini di un arretramento strutturale. La vera notizia è la trasformazione della domanda: assistiamo al passaggio da un consumo di abitudine a un consumo di scelta, dove la variabile determinante non è più la frequenza, ma la qualità dell'esperienza. Le nostre imprese stanno interpretando questo cambio di paradigma investendo nelle componenti valoriali e di identità, asset capaci di superare le barriere tariffarie e le incertezze congiunturali. Una dinamica che trova riscontro anche nei consumi interni, dove la tenuta dei fondamentali e il dinamismo di segmenti quali bollicine e aperitivi testimoniano come le famiglie italiane, pur in un quadro economico sfidante,continuino a esplorare la versatilità dell'offerta, adattando le proprie scelte all'evoluzione degli stili di vita."

Export: assestamento negli USA e nuove direttrici di crescita

Le dinamiche internazionali, individuate dalle analisi di Nomisma, riflettono un momento di riequilibrio dei flussi. Il mercato statunitense, in anno in cui è stato al centro delle tensioni commerciali globali, registra una fisiologica contrazione – **con il vino a -4,8% a valore e gli spiriti a -5%** – da interpretare come il naturale riassorbimento dell'eccezionale picco di ordini verificatosi nel primo trimestre per anticipare i dazi, quando l'import di spiriti dall'Italia aveva toccato punte del +126%. Al netto di questa volatilità, il Made in Italy mostra una competitività superiore agli altri grandi esportatori: il calo complessivo dell'export vinicolo (-2% a valore) è più contenuto rispetto a quello di Cile (-6,7%) e Francia (-2,4%).

Emergono inoltre segnali di vitalità da mercati alternativi: l**a Germania incrementa l'import di vino italiano dell'8,8%, il Brasile dell'8,7%, mentre il comparto degli aceti, pur registrando una flessione globale del 2,7%, si rilancia con tassi di crescita sostenuti in Corea del Sud (+33,9%), Cina (+29,9%) e Canada (+20,1%)**. Nel complesso, calano le esportazioni italiane di spiriti, liquori e grappa nei primi nove mesi del 2025, anche se cresce la performance in Giappone (+28,9%), Canada (+9,8%) e soprattutto in Cina con un balzo del 94,1%.

Mercato interno: in GDO cresce l'interesse per distillati e bollicine

Sul fronte domestico, i dati della Grande Distribuzione Organizzata evidenziano cambiamenti nelle preferenze degli italiani. Il comparto dei vini conferma la propria stabilità a valore (+0,9%), sostenuto in particolare dalla vivacità delle bollicine e degli spumanti, che crescono del 6% a volumi continuando a conquistare spazio nel carrello. **Ancora più**

dinamico appare il settore degli spiriti, che chiude i primi nove mesi con il segno più sia a valore (+0,3%) che a volume (+0,7%). A sostenere questa tendenza è un interesse crescente verso le categorie degli aperitivi alcolici (+4,3% a valori) e dei distillati e acquaviti (+1%). Anche gli Aceti si confermano un prodotto irrinunciabile, con una crescita costante del 3% a valore, trainata dall'Aceto Balsamico di Modena IGP (+2,4%) e dall'aceto di mele (+5,5%).

Fuori Casa: meno frequenza, più intensità. Verso un consumo più selettivo ed esperienziale

Per quanto riguarda il canale Horeca, l'analisi di TradeLab evidenzia una rimodulazione delle abitudini piuttosto che una rinuncia. A **fronte di una lieve contrazione delle visite totali (-1,4%), il trend resta positivo a valore (+1,3%)** sostenuto dalla componente inflattiva. Si osserva una maggiore selettività da parte degli italiani, che tendono a concentrare le uscite nei momenti di maggior valore relazionale ed esperienziale. Se le occasioni di consumo più funzionali registrano una pausa di riflessione, emergono segnali interessanti per le fasce orarie dedicate all'intrattenimento, come il dopocena, che mostra una buona tenuta con un incremento delle visite del 2,1% nel terzo trimestre. In questo contesto, le consumazioni di vini e cocktail riflettono un approccio più misurato ma attento – registrando rispettivamente un -7% e un -5% – dove la ricerca della qualità prevale sulla quantità, delineando un nuovo equilibrio per i consumi fuori casa nel prossimo futuro. Le bollicine mostrano una resilienza superiore alla media (-3%), beneficiando di un recupero estivo che testimonia la voglia di gratificazione del consumatore italiano.

Punti chiave

1. **Export USA in flessione fisiologica**: vino -4,8% e spiriti -5%, dopo il picco di ordini anticipati del primo trimestre per evitare i dazi.
2. **Crescita in mercati alternativi**: Germania +8,8% per il vino, Cina +94,1% per gli spiriti, attestando la competitività del Made in Italy.
3. **Bollicine e aperitivi trainano la GDO**: spumanti +6% a volume, aperitivi alcolici +4,3% a valore nei primi nove mesi.
4. **Consumo Horeca più selettivo**: visite totali -1,4%, ma valore +1,3%, con focus su qualità ed esperienze relazionali.
5. **Aceti in espansione globale**: Corea del Sud +33,9%, Cina +29,9%, confermando l’attrattività dei prodotti premium italiani.