

Istituto Grandi Marchi: vent'anni di crescita e successo internazionale per il vino italiano

scritto da Redazione Wine Meridian | 6 Febbraio 2025



L'Istituto Grandi Marchi celebra vent'anni di crescita nel vino italiano con una ricerca Nomisma-Wine Monitor. Il fatturato aggregato delle 18 aziende associate ha raggiunto 660 milioni di euro, con oltre il 55% dall'export. Gli Stati Uniti restano il mercato chiave, mentre aumenta la percezione dei fine wines italiani per eleganza e qualità, attirando sempre più consumatori millennials.

Raddoppio del fatturato in vent'anni e una crescita straordinaria sui mercati internazionali: le **18 aziende associate all'Istituto Grandi Marchi (IGM)** hanno

raggiunto un valore aggregato di **660 milioni di euro**, di cui oltre il **55%** proveniente dall'export. Questi dati emergono dalla ricerca commissionata dall'Istituto Grandi Marchi e realizzata da **Nomisma-Wine Monitor** in occasione del ventesimo anniversario dell'Istituto che riunisce alcune delle famiglie più prestigiose del vino italiano, impegnate a promuovere la qualità e la tradizione enologica nel mondo. I risultati dello studio sono stati presentati oggi a Milano, nella suggestiva cornice di Terrazza Palestro, durante una conferenza stampa dedicata alle prospettive e ai successi del vino italiano di qualità sui mercati globali.

La ricerca esplora le evoluzioni e le prospettive del vino di qualità attraverso il punto di vista delle aziende associate, per poi approfondire i trend emergenti e i comportamenti di consumo dei fine wines negli Stati Uniti.

“Al di là dei dati specifici, di indubbio interesse per l'intero movimento del vino, ciò che più conta e ci lusinga è registrare la crescita del peso dei fattori immateriali legati alla percezione del nostro mondo, nella considerazione dei consumatori di mercati importanti per valori e per volumi, come ad esempio gli Stati Uniti d'America. I vini di pregio forniscono un contributo chiave all'immagine che gli stili di vita tipici della cultura italiana occupano nella mente del pubblico. Tale immagine si lega intimamente con i valori positivi trasmessi dalla storicità, continuità, coerenza qualitativa delle imprese familiari multigenerazionali che si ergono a custodi delle radici dei propri territori” ha dichiarato **Piero Mastroberardino, Presidente IGM**.

Secondo la ricerca, il **70%** del fatturato estero delle aziende associate è proveniente da mercati al di fuori dell'Unione Europea, con una crescita straordinaria nei mercati asiatici che hanno visto aumentare gli acquisti di vini oltre il **130%** negli ultimi vent'anni. Gli **USA** si confermano il principale mercato di destinazione per i fine wines italiani, dove

nonostante il contesto economico sfidante caratterizzato da inflazione e alti tassi di interesse, nel 2024 si è registrato – per il periodo gennaio-novembre e a livello complessivo di vini – un aumento delle importazioni dall'Italia del **5% in valore per i vini fermi imbottigliati** e del **10% per gli spumanti**, in controtendenza alla media del mercato che vede in leggera diminuzione gli acquisti dall'estero.

Lo studio ha anche analizzato i comportamenti di consumo di 2.400 consumatori statunitensi di vino (distribuiti in California, New York, New Jersey e Florida), rivelando che oggi il **30% di loro si definisce "real user" di fine wines**, con una predominanza di consumatori millennials, uomini, appartenenti alla upper class e con una spiccata curiosità verso vini stranieri. Dopo quelli locali, sono i fine wines italiani i più consumati dagli americani nell'ultimo anno, grazie alla loro crescente reputazione. È cresciuta infatti la percezione dei fine wines italiani in termini di **classe ed eleganza**, attributi storicamente riservati ai vini francesi: nel 2024, il **27% dei consumatori americani** associa questi valori ai vini italiani, in crescita rispetto al 20% emerso dalla ricerca analoga elaborata nel 2017 da Nomisma Wine Monitor per IGM. Ulteriore dato particolarmente promettente riguarda i non consumatori di fine wines italiani: il **76% di loro si dichiara interessato a provarli**, sottolineando le opportunità per ulteriori espansioni di mercato.

“Le potenzialità di crescita sul mercato americano per i fine wines italiani sono concrete. Non solo perché si assiste da tempo ad una premiumization dei consumi di vino, ma anche perché il 44% dei consumatori statunitensi intervistati prevede di aumentarne l’acquisto nei prossimi tre anni, contro un 50% che ritiene di mantenerli invariati e solo un 6% che invece pensa di diminuirli”, ha evidenziato **Denis Pantini, Responsabile Nomisma Wine Monitor**.

Il consumatore di fine wines italiani si distingue per un **forte legame con l’Italia**, che si esprime attraverso

origini italiane o esperienze dirette nel paese, come visite recenti. Questo elemento gioca un ruolo fondamentale nella valorizzazione dei fine wines italiani sul mercato statunitense, dove la scelta di questi vini è influenzata principalmente da tre fattori: notorietà del brand, riconoscimenti ottenuti nelle guide di settore e l'unicità delle aziende a gestione familiare. Quest'ultimo elemento risulta particolarmente rilevante per i millennials, con il **16%** che lo considera un aspetto determinante, rispetto all'11% della media generale.

L'importanza del **family business** e dell'eredità culturale, dunque, non solo rafforza la reputazione dei fine wines italiani, ma risulta anche un fattore cruciale per attrarre i consumatori più giovani, in particolare quelli sotto i 35 anni, che apprezzano la qualità e l'autenticità dei prodotti.

Punti chiave

1. **Istituto Grandi Marchi:** 20 anni di crescita, con un fatturato aggregato di 660 milioni di euro.
2. **L'export incide per oltre il 55%,** con un aumento del 130% nei mercati asiatici.
3. **Gli USA restano il mercato principale:** +5% in valore per i vini fermi, +10% per gli spumanti nel 2024.
4. **Il 30% dei consumatori americani si definisce "real user" di fine wines,** con predominanza di millennials.
5. **Il 76% dei non consumatori di fine wines italiani è interessato a provarli,** segnale di potenziale espansione.