Vini Premium italiani, la sfida dell’export: 12 mercati strategici per invertire la rotta

scritto da Redazione Wine Meridian | 12 Aprile 2026



I vini Premium italiani possono invertire il trend negativo dell’export puntando su 12 mercati strategici, dall’Asia alle Americhe. Secondo l’Osservatorio Uiv-Vinitaly, una maggiore incidenza della fascia alta sull’offerta nazionale garantirebbe una crescita del +3,5% al 2029. Giappone, Messico, Corea del Sud e i mercati emergenti asiatici sono le destinazioni a più alto potenziale.

I vini Premium (che escono dalla cantina a minimo di 8 euro e che arrivano a seconda dei mercati tra i 25 e i 50 euro) cresceranno ancora nei prossimi anni, nonostante il calo

generale delle importazioni a livello globale. E, assieme ai Luxury, compenseranno almeno in parte la discesa dei prodotti della parte medio-bassa dello scaffale. Una crescita non eclatante del valore – +1% da qui al 2029, che sale però a **+3,5% per i prodotti made in Italy** – ma che – secondo l'analisi dell'Osservatorio Uiv-Vinitaly su base Iwsr – potrebbe riservare per l'Italia sorprese ancor più positive se ci si concentrasse su alcune aree considerato maggiormente strategiche, tra consolidate e non. Dodici i Paesi a maggior tasso di crescita potenziale: **Giappone, Messico, Corea del Sud, Brasile, Vietnam, Cina, Thailandia, Indonesia, Australia e India a cui si aggiungono le 2 "fuori quota", e top buyer extra-Ue, Stati Uniti e Regno Unito**. Sono queste, secondo Unione italiana vini e Vinitaly le aree dove incrementare la propria presenza per allargare il bacino commerciale di un settore ancora troppo concentrato sui primi 5 mercati di sbocco, che da soli quotano il 60% del totale dei valori esportati. Obiettivo, consolidare le produzioni di qualità, calmierare le difficoltà e spostare più in alto l'asticella del posizionamento; tema quest'ultimo considerato strategico per l'export di una superpotenza enologica come l'Italia, con il vino – secondo Prometeia – al secondo posto per bilancia commerciale con l'estero tra i comparti del made in Italy tradizionale, a +7,2 miliardi di euro nel 2025. "Il valore export 2025 è risultato in calo di quasi il 4% – ha detto il responsabile dell'Osservatorio, Carlo Flamini – ma, secondo le nostre stime, se avessimo avuto in pancia un'incidenza della quota Premium al 20% invece dell'attuale 17%, il saldo negativo si sarebbe ammorbidito a -0.7%. Di più, se il nostro Paese si desse l'obiettivo di aumentare di 1 punto l'anno il peso dei Premium sulla propria offerta (+11% di valore in 5 anni), l'export generale ne beneficerebbe, arrestando quella decrescita che – a fattori costanti – è prevista continuare fino almeno al 2029 per cumulare un -12% di saldo 2029/24".

Il ranking Uiv-Vinitaly fornisce un ***Premium Wines Opportunity Index*** con le 10 destinazioni più interessanti, costruito

intrecciando fra gli altri i dati di export italiano per price point, le dinamiche di consumo e i fattori competitivi interni ai singoli mercati: si va dal Giappone (indice 91.4) al Messico (86.3), dal Brasile (78.1) alla Corea del Sud (85.1) e alla Cina (72.4), per arrivare a toccare piccole destinazioni che – nel panorama generale del vino italiano – paiono marginali, ma che guardate con "lenti Premium" diventano di assoluto interesse: Thailandia, Vietnam, Indonesia, India presentano tutti score superiori a 60.

Ovviamente tra i **mercati** su cui puntare non possono essere esclusi quelli **consolidati**, come **Usa e Regno Unito e Giappone**. Nel primo caso, la fase recessiva investirà in generale anche il segmento premium ma non sui prodotti italiani, in netta controtendenza (+4%) determinata da un'ulteriore affermazione del segmento sparkling a partire dal Prosecco, chiamato a un salto evolutivo importante sia sul target giovanile che su un upgrade del posizionamento. In UK c'è spazio per irrobustire il sin qui peso piuma dei Premium italiani con una crescita anche dei fermi (+3%) rossi e rosé di Toscana, Piemonte, Puglia e Abruzzo. In Giappone (al top nel ranking delle promesse), lo sguardo deve puntare possibilmente ancora più in alto del segmento Premium, per approdare alla categoria dei luxury wines destinati raggiungere il picco di share al 20%.

C'è poi il gruppo relativo ai **mercati pronti per una seconda ripartenza**. A partire dalla **Cina** (72.4 di score): Se è vero che i consumi a livello volumico sono in forte calo da oltre un quinquennio, il percorso evolutivo della domanda del Dragone guarda alla parte medio-alta dello scaffale. Da qui al 2029 il valore dei Premium segnerà +10%, con l'Italia a +2.5% grazie soprattutto agli spumanti (+9%) e agli aromatici come il Moscato d'Asti. Dinamiche simili al mercato cinese le mostra quello sudcoreano, mentre dall'altra parte del mondo **Messico e Brasile** (beneficiato dalla progressiva riduzione dei dazi) sembrano offrire alle cantine italiane nuovi percorsi, oltre ai classici come il Lambrusco che hanno

pionieristicamente aperto questi mercati. In **Corea del Sud** l'obiettivo italiano può essere di medio periodo: oggi il peso dei vini Premium sul totale mercato è pari al 27%, quota che scende al 6% se si guarda al vino tricolore. In Messico, la quota dei vini Premium sul totale consumi è del 16%, con l'Italia che invece sta ancora poco sotto la metà, ma con tassi di crescita – grazie ai rossi tricolori – attesi al 2029 superiori alla media (+15% contro +12%).

I mercati di nuova generazione sono ancora relativamente piccoli, pesano poco sul portafoglio dell'export nazionale, ma mostrano tassi di crescita costanti. L'area **thailandese** (+27% la crescita Premium stimata), quella **vietnamita** (+25%), **filippina** (+30%) e **indiana** (+76%), a differenza di Giappone e Corea del Sud, hanno in comune una forte connotazione giovane lato consumi, che prende strade a prima vista divaricate: da una parte il forte peso dei cocktail, anche a base vino, dall'altra la pulsione alla conoscenza del vino come prodotto a sé stante, con indici di penetrazione altissimi dei corsi del WSET tra i più giovani, in particolare le donne. l fil rouge che lega insieme cocktail e vino sarà ovviamente lo spumante ma con buone attese anche per i fermi, anche bianchi.

A **Vinitaly** 2026 (12-15 aprile), attesi oltre 30 mila operatori esteri provenienti da 130 Paesi, oltre a 1.000 i top buyer selezionati, invitati e ospitati congiuntamente da Veronafiere e ITA – Italian trade Agency. In zona extra Ue delegazioni importanti dal Nordamerica, ma anche dall'area asiatica con aumento degli arrivi dalla Cina ma anche da India, Giappone e Thailandia, oltre che da Vietnam, Corea del Sud, Singapore, Malesia e Filippine. Folta la presenza attesa dall'area sudamericana, Brasile e Messico in primis, e in forte crescita l'incoming dell'Africa, che quest'anno registra un perimetro di azione allargato a 10 Stati.

Punti chiave

1. **L’export italiano cala del 4%** nel 2025, ma una quota Premium più alta avrebbe ridotto il saldo negativo a soli -0,7%.
2. **12 mercati strategici identificati** da Uiv-Vinitaly: Giappone, Messico, Corea del Sud, Brasile, Cina, Vietnam, Thailandia, Indonesia, India, Filippine, USA e UK.
3. **Il Giappone guida il ranking** con indice 91,4: qui il target ideale è addirittura il segmento luxury, con share prevista al 20%.
4. **India e Filippine crescita esplosiva:** i mercati di nuova generazione mostrano incrementi Premium stimati rispettivamente del +76% e +30% al 2029.
5. **Vinitaly 2026 (12-15 aprile)** attende oltre 30.000 operatori da 130 Paesi, con forte presenza asiatica e sudamericana per cogliere queste opportunità.