

L'enoturismo vale ormai un quinto del fatturato delle cantine.

scritto da Roberto Serra | 16 Aprile 2026



Il calo delle esportazioni spinge le aziende a puntare sulle visite in cantina, che attirano soprattutto famiglie italiane.

Nel 2025, mentre le esportazioni di vino italiano segnavano un calo del 3,6% a valore, l'enoturismo generava oltre 3 miliardi di euro di ricavi diretti per le cantine, arrivando a contribuire mediamente al 21% del loro fatturato. Questo dato, emerso dallo studio UniCredit-Nomisma e confermato dai [dati dell'enoturismo](#) diffusi la scorsa settimana, ridisegna la mappa della resilienza del settore: la visita in cantina non è più un'attività collaterale, ma una leva strategica di

business indispensabile per compensare le incertezze dei mercati internazionali.

Il Conto dell'Enoturismo: 3 Miliardi che Cambiano le Regole

I tre miliardi di euro generati lo scorso anno rappresentano un **pilastro finanziario ormai strutturale**. Con un contributo medio al fatturato delle aziende vinicole che sfiora il 21%, l'enoturismo si conferma un motore di reddito diretto e ad alto margine. Questo successo poggia su un pubblico ben definito: stando al rapporto, è prevalentemente italiano (58%), composto in primis da coppie e famiglie (51%) e per la maggior parte da consumatori non esperti (58%). Questo profilo obbliga le cantine a ripensare la comunicazione e l'offerta esperienziale, puntando sull'accessibilità e sulla narrazione del territorio più che sul tecnicismo. In questo contesto, la produzione italiana di vino nel 2025 è rimasta un punto di forza stabile, attestandosi a 44,4 milioni di ettolitri, coltivati su 681 mila ettari.

Export in Caduta Libera: Geopolitica e Dazi alla Sbarra

L'altro lato della medaglia, che rende ancor più cruciale il boom domestico, è la flessione delle vendite all'estero. Lo stesso rapporto attribuisce il -3,6% a valore delle esportazioni nel 2025 a un mix di tensioni geopolitiche, crescenti protezionismi, i dazi statunitensi e la svalutazione del dollaro. Il caso degli Stati Uniti, tradizionalmente primo mercato per valore, è emblematico: nel 2025 le importazioni USA di vini italiani sono crollate del 13% a valore, anche se i volumi sono rimasti praticamente stabili (-0,2%). Questo indica una pressione sui prezzi e una contrazione dei margini, più che una perdita di quote di mercato, spingendo le aziende a cercare ricavi più stabili e controllabili in casa.

La Scommessa del Credito: Chi Vince e Chi Deve Adattarsi

Di fronte a questo bivio, il sistema finanziario inizia a muoversi. Intesa Sanpaolo, ad esempio, ha stanziato 1,5 miliardi di euro di nuovo credito dedicato a supportare investimenti, crescita dimensionale, innovazione e progetti di sostenibilità per le imprese vitivinicole. Questo sostegno arriva in un settore caratterizzato da una forte polarizzazione. Già nel 2023, come rilevato da un altro studio, 255 società di capitali nel comparto vinicolo italiano avevano superato i 20 milioni di euro di fatturato individuale, rappresentando ricavi aggregati pari a 11,7 miliardi di euro. Sono queste realtà strutturate, spesso con risorse dedicate al marketing e all'accoglienza, ad essere in pole position per catturare le opportunità dell'enoturismo e accedere più facilmente al credito.

Il quadro strategico è stato delineato lo scorso anno, nell'aprile 2025, durante la presentazione della terza edizione del "Rapporto sulla competitività delle regioni del vino" al Vinitaly, realizzato da Nomisma Wine Monitor in collaborazione con UniCredit. Quel rapporto già evidenziava la doppia dinamica in atto. Oggi, la sfida per l'intero settore è **tradurre la domanda turistica in un modello di business sostenibile**, soprattutto per le piccole e medie cantine che costituiscono l'ossatura del patrimonio enologico italiano. La posta in gioco non è solo vendere bottiglie in loco, ma costruire relazioni dirette con il consumatore, fidelizzarlo e aumentare il valore percepito del brand.