

Il vino italiano perde terreno nei supermercati.

scritto da Roberto Serra | 12 Aprile 2026



Il calo è trainato dai vini fermi, mentre gli spumanti come il Prosecco continuano a crescere nonostante le difficoltà nelle

Il settore vinicolo italiano si confronta con un paradosso sempre più marcato. Secondo l'analisi Circana per Vinitaly, nel 2025 le vendite di vino nei supermercati hanno chiuso con un calo del 3,4% in volume e dell'1,1% in valore. Ma questa media nasconde due realtà opposte: mentre i vini fermi, in particolare i rossi, arretrano, gli spumanti continuano a volare, trainati da un Prosecco che da solo ha generato un giro d'affari di 392 milioni di euro, diventando il vino più venduto a valore.

Il Paradosso del 2025: Rossi in Caduta, Spumanti in Volo

I dati del 2025 disegnano una mappa chiara dei consumi domestici. I vini rossi fermi, un tempo colonna portante degli scaffali, hanno lasciato sul terreno il 4,2% in volume. Al contrario, gli spumanti hanno registrato un incremento dell'1,5% in volume e dell'1,2% in valore. Questo trend positivo per le bollicie non è una novità assoluta: già nel 2024, in un contesto generale difficile, [i vini spumanti avevano segnato una crescita](#) del 4,2% in volume. La polarizzazione è tale che il podio dei vini a valore nella grande distribuzione organizzata (GDO) vede in testa **il Prosecco** (392 milioni di euro), seguito a grande distanza dal Chianti (93,7 milioni) e dal Vermentino (90,4 milioni).

Quattro Anni di Declino e la Sfida dell'Export

La sfida per il vino italiano non si gioca solo tra gli scaffali nazionali. La tenuta sui mercati internazionali, cruciale per un paese esportatore, mostra crepe significative. Nei primi cinque mesi del 2025, i dati sui principali mercati di destinazione hanno registrato cali di volume preoccupanti: [Germania -9,6%, Stati Uniti -4,7%, Regno Unito -3%](#) e persino il mercato interno italiano -1,8%. Si tratta dei primi quattro Paesi per export di vino italiano, un segnale che non può essere sottovalutato.

Nonostante questa flessione, l'Italia rimane **l'unico grande paese produttore che sta espandendo la sua superficie vitata**. Un'espansione che, in un contesto di domanda in contrazione sia interna che estera, solleva interrogativi sulla sostenibilità e sulla necessità di una pianificazione strategica che vada oltre l'aumento della produzione.

La Risposta dell'Italia: Risorse e Competitività

Di fronte a questo scenario, il sistema vitivinicolo italiano sta cercando di attrezzarsi. Due sono gli strumenti principali su cui si punta per il rilancio. Il primo riguarda [l'inserimento di nuove risorse finanziarie per il settore](#) nella legge di bilancio 2026. Il secondo è l'attesa approvazione di un decreto che regoli **i vini dealcolizzati**, una categoria in crescita per rispondere alla domanda di consumi più moderati.

Queste mosse arrivano in un momento in cui l'Italia deve fare i conti con la sua posizione competitiva globale. Nel 2024, il paese ha confermato la leadership mondiale nei volumi di esportazione, con 21,8 milioni di ettolitri spediti. Tuttavia, il vero tallone d'Achille rimane il prezzo medio. [Il valore per litro del vino italiano](#) esportato si è attestato a 3,7 euro, una cifra di gran lunga inferiore ai 9 euro della Francia. Questo gap sottolinea la sfida più grande: passare da una leadership quantitativa a una qualitativa e di valore.

Il settore del vino italiano si trova dunque a un bivio. Da un lato, il successo travolgente degli spumanti, in particolare del Prosecco, dimostra la capacità di intercettare le tendenze di consumo. Dall'altro, il declino dei vini rossi fermi e le difficoltà nelle esportazioni verso mercati storici richiedono un'azione decisa. Le nuove risorse della legge di bilancio 2026 potrebbero essere la chiave per invertire la rotta, ma solo se saranno investite in strategie mirate alla valorizzazione del prezzo medio, all'innovazione di prodotto e a un adattamento strutturale alla nuova geografia della domanda globale.