



XI FORUM NOMISMA WINE MONITOR

## MERCATO DEL VINO, SI NAVIGA A VISTA

*Mercati esteri in ordine sparso, ma tra luci ed ombre l'export di vino italiano cresce rispetto al 2023, trainato dal Prosecco (mentre quello francese cala di oltre il 2%, zavorrato dal crollo dello Champagne).*

*Di nuovo in calo, invece, le quantità di vino vendute nella GDO in Italia, tengono solo nel discount a conferma di un consumatore ancora prudente nei comportamenti di acquisto.*

*Produttori in apprensione per il proprio futuro, costellato da rigurgiti di protezionismo e consumatori in continua evoluzione. Ma non mancano le opportunità.*

COMUNICATO STAMPA

*Bologna, 14 febbraio 2025* – Dopo un 2023 che aveva visto ridimensionarsi sensibilmente i consumi di vino a livello mondiale (successivamente all'euforia registrata l'anno precedente dai consumatori di tutto il mondo in risposta alla fine della pandemia), **il 2024 ha confermato il trend negativo**, in particolare sul fronte degli scambi internazionali. Tra i 12 principali mercati di import (che, per inciso, pesano per oltre il 60% nelle importazioni mondiali di vino), si sono registrate variazioni positive solo per Stati Uniti, Canada, Cina e Brasile.

**In tale quadro, gli acquisti di vino dall'Italia crescono più della media**, grazie soprattutto agli spumanti che, nello stesso panel di 12 mercati, registrano un +4,8% di export a valore contro una media aggregata del -5,1%, con punte del +11% negli Stati Uniti, del 10% in Australia e del 9% in Canada

Queste alcune delle principali evidenze emerse durante l'**XI Forum Wine Monitor** che si è tenuto oggi, in diretta streaming dalla Sala Incontri di Nomisma, e ha visto alternarsi approfondimenti sul mercato del vino da parte degli esperti del Team Wine Monitor e di NielsenIQ (nella persona di **Eleonora Formisano**, Sales Director SMB & Global Snapshot Italy) con il contributo di autorevoli testimonianze del mondo imprenditoriale da parte di **Igor Boccardo**, Amministratore Delegato di Tenute Leone Alato – Genagricola, **Carlo De Biasi**, Direttore Generale di Agricola San Felice (Gruppo Allianz) e **Massimo Romani**, Amministratore Delegato di Argea. *“Purtroppo i principali mercati di import hanno chiuso il 2024 in ulteriore calo e quelli che sono andati in controtendenza sottendono consumi di vino ancora in sofferenza come nel caso degli Stati Uniti o della Cina, dove il rimbalzo del 38% nelle importazioni è interamente ascrivibile al ritorno dei vini australiani dopo che erano stati messi al bando dal governo cinese nel 2021 con un superdazio del 218%”* - evidenza **Denis Pantini, Responsabile Agroalimentare e Wine Monitor di Nomisma.**

Un ritorno che ha permesso all'export di vino australiano di chiudere il 2024 in crescita del 30% rispetto all'anno precedente, quando invece aveva subito un crollo del 10%. E chi invece non è riuscito a recuperare

dal calo del 2023 è stato il vino francese che, nel complesso, ha perso un altro 2,4% nel valore dei vini esportati (dopo il -2,7% dell'anno precedente).

*“Se nel 2023 l'export di vino francese è calato a causa della riduzione nelle vendite oltre frontiera di vini rossi, nel 2024 è stato lo Champagne a trascinare al ribasso le esportazioni transalpine, con il 10% in meno di bottiglie spedite nel mondo”* ha aggiunto **Pantini**.

Sul mercato nazionale, la fiammata inflazionistica degli ultimi anni ha lasciato un consumatore italiano con minori capacità di spesa e aspettative future ancora improntate alla prudenza. È quanto si deduce dalle quantità di vino vendute nella Distribuzione Moderna che, per il 2024, evidenziano una riduzione di quasi il **-2% nel canale Iper e Super**, con punte più elevate nel caso dei vini rossi (-4,6%) e frizzanti (-7,4%). **I volumi venduti hanno invece tenuto nel discount**, mettendo a segno anche una crescita a valori dell'1,2%, in particolare grazie agli spumanti.

In questo scenario così complesso e incerto, minato da rigurgiti di protezionismo e minacce di dazi aggiuntivi, la ricerca di nuovi mercati di sbocco diventa sempre più prioritaria per le imprese del vino italiano. In questi ultimi tre anni, l'export vinicolo dall'Italia è cresciuto nelle aree dell'Est Europa e dell'America Latina: Polonia (+26% rispetto al 2022), Repubblica Ceca (+47%), Romania (+22%), Messico (+3%) ed Ecuador (+56%) sono alcuni dei mercati dove i vini del Bel Paese sono sempre più apprezzati. Senza dimenticare il Brasile, un grande mercato di oltre 200 milioni di abitanti e facente parte dell'accordo di libero scambio tra Ue e Mercosur, dove *“i vini rossi, in particolare toscani e piemontesi, sono quelli più apprezzati dal consumatore brasiliano, in particolare della Regione Sud-Est, con titolo di studio e reddito medio-alto, appartenenti alla generazione dei Millennials”* come si è potuto evincere dall'approfondimento di **Fabio Benassi, Project Manager di Nomisma Wine Monitor**.

Tasto delicato emerso dalla presentazione è rappresentato dai consumatori e, in particolare, della loro evoluzione alla luce del fatto che in Italia nei principali mercati - come, ad esempio, gli Stati Uniti - la maggior parte dei consumi di vino è ancora sostenuto dagli over 60. *“In Italia i giovani appartenenti alla Gen Z consumano vino solo in occasioni speciali, hanno una scarsa conoscenza del prodotto e quando lo scelgono prestano attenzione primariamente alla gradazione alcolica e alla sostenibilità. E lo stesso accade anche negli Stati Uniti e questo spiega perché i No Alcol wines, negli USA, sono già una realtà diffusa nel consumo delle giovani generazioni”* - ha dichiarato **Ilaria Cisbani, Market Analyst di Nomisma Wine Monitor**.