

L'annata vitivinicola in Piemonte: calano produzione ed export ma la regione resta leader

12 Dicembre 2025

di Redazione



CASTIGLIONE D'ASTI - La vendemmia 2025 in Piemonte è stata caratterizzata da un andamento climatico dinamico che ha accelerato la maturazione delle uve e anticipato in molte zone i tempi di raccolta. Una primavera piovosa seguita da un'estate calda e precoce ha determinato rese inferiori alla media, ma ha permesso di ottenere uve di buona qualità, confermando la capacità del vigneto piemontese di adattarsi a una fase di cambiamenti strutturali sempre più evidenti.

La produzione regionale supera i 2,15 milioni di ettolitri, di cui 2 milioni di ettolitri Dop, pari al 93% del totale. Il dato segna un calo compreso tra il 7 e il 10% rispetto al 2024.

Con un valore economico di 1.180 milioni di euro (dato 2024) su un totale nazionale di 9.062 milioni, il Piemonte si conferma la seconda regione italiana per impatto sul fatturato vitivinicolo, a testimonianza di un comparto che rimane strategico per l'economia locale.

L'export dei vini rossi piemontesi Dop mostra un andamento diversificato: crescono Svezia e Canada, mentre si registrano diminuzioni, seppur contenute, negli Stati Uniti, in Germania, nel Regno Unito e in Svizzera. L'analisi degli ultimi cinque anni delinea però una traiettoria positiva e ben distribuita sui mercati internazionali, con incrementi significativi sia nei Paesi consolidati sia in quelli emergenti.

Spiccano il +202% della Spagna, l'86% della Francia e il 62% dell'Australia, mentre tra le piazze più dinamiche figurano gli Emirati Arabi Uniti (+196%), la Corea del Sud (+165%) e il Brasile (+76%), mercato destinato a diventare ancora più interessante con la prevista riduzione dei dazi nell'ambito dell'accordo Mercosur.

Il Piemonte si conferma tra i territori più avanzati d'Italia nello sviluppo dell'enoturismo e della vendita diretta, grazie a un modello che unisce visione strategica e capacità organizzativa. I dati registrati negli ultimi anni mostrano una crescita del 20% nelle prenotazioni e nello scontrino medio, una stagionalità che si estende fino a ottobre e novembre e una forte presenza di turismo nazionale, oggi uno dei bacini più rilevanti per il settore.

Questa fotografia è contenuta in *L'Annata Vitivinicola in Piemonte 2025*, la pubblicazione annuale curata da Vignaioli Piemontesi e Regione Piemonte che riunisce dati climatici, analisi tecniche, valutazioni economiche e osservazioni dei professionisti del settore. Un lavoro che dal 1992 costituisce l'osservatorio più completo sulla vendemmia piemontese, grazie alla raccolta sistematica delle informazioni sulla maturazione delle uve e al coordinamento di enologi, agronomi e tecnici presenti in tutte le aree vitivinicole della regione.

L'edizione di quest'anno è stata presentata al Castello di Costigliole d'Asti (Asti), confermando questo appuntamento come uno strumento indispensabile per interpretare l'evoluzione della vitivinicoltura piemontese e le sfide future del settore.

“Ricerca, innovazione, promozione sono le tre parole chiave che il vino piemontese deve porsi come obiettivi fissi”, commenta l'assessore regionale all'Agricoltura **Paolo Bongioanni**. “Lotta a parassiti alieni e fitopatie, monitoraggio e risposta performante ai

cambiamenti meteo-climatici, sperimentazione e diffusione delle nuove tecnologie in campo. La Regione Piemonte sta potenziando fortemente l'impegno su questi fronti attraverso la Fondazione Agrion e con la collaborazione con tutti i soggetti coinvolti. Il vino piemontese è un'eccellenza che non deve temere dazi e crisi dei mercati tradizionali. Dobbiamo invece strutturarci con una promozione sempre più coordinata per penetrare nuovi mercati che ancora attendono di conoscerlo e possono rappresentare sbocchi importanti. Ma non possiamo più permetterci di farlo in modo emotivo ed empirico. Dobbiamo dotarci di strumenti che ci indichino in modo scientifico dove indirizzarci: per questo sto lavorando anche a un Osservatorio dedicato. Infine non possiamo più concepire il vino in modo scisso dal più complesso volano del turismo – enogastronomico e non – come fattore di sviluppo e ricaduta sui territori. È un aspetto che la fresca nomina della cucina italiana a Patrimonio Unesco non farà che rafforzare, ma su cui il Piemonte deve ancora lavorare per conquistare sui mercati internazionali quell'identificabilità e riconoscibilità che merita pienamente”.

“Siamo di fronte a un cambiamento profondo, che investe l'intera filiera vitivinicola – ha detto **Giulio Porzio** presidente di Vignaioli Piemontesi – e che richiede un'assunzione di responsabilità anche da parte della politica. I nostri vicini francesi lo hanno compreso, avviando misure come l'estirpo dei vigneti: un segnale forte che dimostra come il settore abbia bisogno di interventi rapidi e strutturali. In Italia e in Piemonte, invece, rischiamo di rimanere fermi, continuando a usare strumenti del passato e nascondendo la testa sotto la sabbia. La promozione è fondamentale, ma da sola non basta: serve un confronto immediato e continuo con Regione e Governo. Occorre gestire il potenziale viticolo con una visione chiara e prendere decisioni tempestive. Il nostro è un comparto che vive di programmazione decennale, lenta e costante: ogni scelta deve tenere conto di questo, se vogliamo garantire futuro e competitività al vino piemontese”.

Conclusa la parte tecnica, presentata da **Michele Vigasio** (Vignaioli Piemontesi), la parola a **Denis Pantini** (Nomisma) che ha presentato sfide e prospettive per i vini piemontesi nel mercato internazionale, a **Francesco Ganz** (Chief executive officer North America & Asia Pacific Ethicawines) che ha analizzato il mercato Usa e le performances dei vini piemontesi, e a **Lavinia Furlani** (Wine Meridian) che ha esaminato le future sfide dell'enoturismo.

Export, cambiamento e promozione sono stati al centro della tavola rotonda che ha visto la partecipazione di **Angelo Corso** (responsabile commerciale Vite Colte), **Stefano Chiarlo** (titolare Michele Chiarlo), **Stefano Pesci** (direttore commerciale Cantina Terre del Barolo) e **Tessa Donnadieu** (responsabile estero della Cantina Sociale di Vinchio – Vaglio Serra e Z.L.).

Hanno portato i saluti istituzionali il vicepresidente della Regione e assessore **Fabio Carosso**

e il consigliere regionale **Marco Protopapa**. La moderazione della giornata è stata affidata ad **Alessandra Biondi Bartolini**, direttrice scientifica di *Millevigne*, la rivista tecnica edita da Vignaioli Piemontesi.

Sfide e prospettive nel mercato internazionale

Nel suo intervento, Denis Pantini, responsabile di Nomisma Wine Monitor, ha delineato un quadro di mercato complesso, in cui le imprese vinicole si trovano a operare in uno scenario internazionale e nazionale segnato da incertezze economiche e da un potere d'acquisto dei consumatori sempre più sotto pressione.

In Italia, il rallentamento della spesa e un clima di fiducia ancora debole stanno influenzando negativamente gli acquisti di vino, sia nella distribuzione sia nei consumi fuori casa, dove pesa anche una maggiore attenzione alle norme del Codice della Strada. Nei primi nove mesi del 2025, le vendite in GDO hanno registrato un calo a volume superiore al 2%, in particolare per i vini fermi, soprattutto rossi e Dop, mentre gli spumanti mostrano una tendenza opposta, crescendo di quasi il 6%.

Anche sui principali mercati importatori lo scenario rimane debole: nel periodo gennaio-settembre le importazioni di vino segnano una flessione complessiva, con poche eccezioni come Germania, Giappone, Svizzera, Francia e Brasile. Per quanto riguarda gli acquisti di vino italiano, solo Germania, Canada e Brasile registrano incrementi. Questa situazione si riflette sulle esportazioni italiane, che ad agosto mostrano una riduzione del 2% a valore e del 2,8% a volume, con i vini fermi e frizzanti sotto la media e gli spumanti in parziale tenuta.

Il rallentamento, sottolinea Pantini, non riguarda solo l'Italia: cali più marcati interessano Francia, Cile, Australia e in modo clamoroso gli Stati Uniti, penalizzati dalle ritorsioni commerciali di Canada e Cina. In questo contesto, alcune tipologie Dop italiane mostrano performance positive, tra cui i rossi piemontesi, che crescono del 3,8% a valore (+3,2% in volumi) nei primi otto mesi dell'anno.

Per il Piemonte, Svezia e Canada si confermano i mercati più dinamici per i rossi Dop, mentre Stati Uniti, Germania, Regno Unito e Svizzera registrano flessioni moderate. Sul mercato americano l'andamento è stato particolarmente volatile: l'introduzione dei dazi e la svalutazione del dollaro hanno generato un picco di acquisti nei primi mesi dell'anno – con importatori impegnati a fare scorte prima dell'entrata in vigore dei nuovi dazi – seguito da crolli tra maggio e agosto e da un evidente ridimensionamento dei prezzi medi. Un fenomeno analogo ha riguardato i vini rossi Dop piemontesi, con incrementi eccezionali a valore a inizio anno, concentrati sulle fasce premium, e successive correzioni al ribasso.

Pantini ha evidenziato come la dipendenza dal mercato statunitense rappresenti una vulnerabilità non più sostenibile. In questa prospettiva, la crescita degli ultimi cinque anni in mercati sia consolidati sia emergenti indica la strada da seguire: Spagna (+202%), Francia (+86%) e Australia (+62%) tra i Paesi maturi; Emirati Arabi Uniti (+196%), Corea del Sud (+165%) e Brasile (+76%) tra i mercati in espansione, quest'ultimo potenzialmente destinato a diventare ancora più competitivo con la futura riduzione dei dazi legata all'accordo Mercosur.

Il mercato Usa

Nel suo intervento, Francesco Ganz ha evidenziato come il mercato statunitense stia diventando sempre più selettivo e competitivo, con consumatori influenzati da nuove tendenze di consumo e da una crescente varietà di culture gastronomiche. In un contesto in cui la concorrenza internazionale si fa più qualificata, il vino italiano, e con esso il Piemonte, che negli USA gode di un posizionamento riconosciuto, deve rafforzare in modo deciso le proprie strategie di comunicazione e promozione.

Ganz ha sottolineato la necessità di uno sforzo congiunto tra pubblico e privato per aumentare la visibilità e il valore percepito del vino italiano negli operatori chiave del mercato: importatori, buyer, wine director, sommelier, stampa internazionale, opinion leader digitali e centri di formazione. Un'azione coordinata, capace di coinvolgere in modo attivo gli importatori più specializzati e le regioni italiane storicamente più presenti negli Stati Uniti, tra cui proprio il Piemonte, può contribuire a consolidare la reputazione del prodotto italiano e a renderlo più competitivo nei confronti di concorrenti forti come Francia e California.

Secondo Ganz, è fondamentale superare l'autoreferenzialità e lavorare per far sì che il consumatore americano scelga spontaneamente il vino italiano. Solo orientando la domanda verso la "sezione Italia", nelle carte dei vini come sugli scaffali, tutto il settore potrà beneficiarne: dal Piemonte al Friuli, dall'Alto Adige alla Sicilia, in un percorso collettivo di crescita e rafforzamento del brand Italia.

L'enoturismo

Un altro tema cruciale emerso durante il convegno riguarda il ritardo con cui l'Italia sta sviluppando la vendita diretta in cantina e il business enoturistico, nonostante il potenziale straordinario del settore. Lavinia Furlani, presidente di Wine Meridian e co-fondatrice di Wine Tourism Hub, ha evidenziato come una delle principali criticità risieda nella scarsa consapevolezza strategica da parte delle aziende: enoturismo e vendita diretta non sono ancora percepiti come veri rami d'impresa, dotati di continuità, professionalità e capacità di

generare valore.

Attraverso benchmark nazionali e il confronto con il caso virtuoso delle Langhe, Furlani ha mostrato dati che confermano dinamiche di forte interesse: un incremento del 20% nelle prenotazioni e nello scontrino medio tra il 2023 e il 2025; una stagionalità atipica, con picchi in ottobre e novembre, che dimostra l'importanza della destagionalizzazione e della presenza operativa durante tutto l'anno; una maggiore apertura nel weekend rispetto al resto d'Italia, elemento che invita a riflettere su quanto l'offerta possa indirizzare la domanda; e la prevalenza di prenotazioni nelle fasce 11:00 e 16:00, mentre risultano meno rilevanti le esperienze serali.

Significativa anche la forte componente di turismo nazionale, segno che il turismo di prossimità rappresenta oggi un bacino essenziale per la crescita della vendita diretta. La relazione si è conclusa con esempi pratici e casi reali che mostrano la complessità dell'accoglienza enoturistica e il ruolo determinante delle risorse umane nel garantire qualità, posizionamento e marginalità. Un insieme di evidenze che mette in luce le molte opportunità ancora inesplorate per potenziare prenotazioni, scontrino medio e valore complessivo dell'esperienza enoturistica in Italia.

I dati della vendemmia 2025

Ricordiamo in sintesi quali sono i dati della vendemmia 2025. La vendemmia 2025 in Piemonte è stata caratterizzata da un andamento climatico dinamico che ha accelerato la maturazione delle uve e anticipato in molte zone i tempi di raccolta. Tra i vigneti del Piemonte, si stima che la produzione di vino sia diminuita tra il 7% e il 10% rispetto all'anno prima attestandosi a oltre 2,15 milioni di ettolitri.

Sulla base delle analisi e valutazioni condotte regolarmente dal servizio tecnico di Vignaioli Piemontesi, l'annata può essere valutata complessivamente come molto buona. I tecnici assegnano le «nove stelle» ad Arneis, Favorita, Brachetto, Nebbiolo (Langhe e Roero), Sauvignon blanc; le «otto stelle e mezzo» a Cortese, Nascetta, Dolcetto, Pelaverga, Chardonnay; le «otto stelle» all'Erbaluce, Moscato bianco, Barbera, Freisa, Ruché, Vespolina, Pinot Nero. Sette stelle e mezzo a Grignolino e Nebbiolo (Alto Piemonte).

Il dato definitivo sulla superficie vitata in Piemonte sarà disponibile a gennaio, ma le prime stime indicano 43.792 ettari nel 2025, confermando un'ulteriore riduzione rispetto ai 44.471 ettari del 2024 e ai 44.285 del 2023.

Considerando l'evoluzione dell'ultimo decennio, il vigneto piemontese mostra un andamento

composto da una fase di espansione seguita da un più recente rallentamento. Dopo la stabilizzazione del 2016 (43.500 ettari), il settore ha vissuto una crescita costante: 44.202 ettari nel 2017, 44.449 nel 2018, 44.677 nel 2019, 44.737 nel 2020, fino ai valori record di 45.420 ettari nel 2021 e 45.823 nel 2022, il punto più alto della serie.

A partire dal 2023 emerge invece una progressiva contrazione: 44.285 ettari nel 2023, 44.471 nel 2024 (dato in lieve recupero ma comunque inferiore ai picchi del biennio precedente), fino alla stima 2025 che scende sotto quota 44.000 ettari.

In questo quadro aggiornato, il vigneto piemontese si conferma complessivamente stabile nel medio periodo, pur mostrando negli ultimi tre anni un'inversione di tendenza che indica un ridimensionamento dopo la fase espansiva 2017-2022.

La produzione stimata di vini a denominazione di origine è di 2,00 milioni di ettolitri DOP (il 93%). Ci sono 60 denominazioni con 19 Docg e 41 Doc che coprono circa l'83% della produzione regionale; quasi tutta di vitigni autoctoni storici.

Secondo gli ultimi dati della Regione Piemonte, il valore della produzione piemontese è di 1.180 milioni di euro (valore 2024) su un totale di euro 9.062 milioni. Il Piemonte si conferma come seconda regione a livello nazionale per impatto di fatturato.

Un export che interessa circa il 60% del vino prodotto in Piemonte, di cui il 70% nei paesi comunitari e il 30% nei paesi extra Ue.

Il 33% della produzione vitivinicola in Piemonte arriva dal mondo della cooperazione: 33 cantine cooperative piemontesi sono associate e rappresentate da Vignaioli Piemontesi con circa 6.000 soci.

Per la campagna 2024/2025 il Piemonte può contare su 18,25 milioni di euro provenienti dal Programma nazionale di sostegno al settore vitivinicolo (OCM Vino).

Le risorse sono state ripartite in tre ambiti strategici: 7,5 milioni di euro destinati alla promozione dei vini piemontesi sui mercati dei Paesi terzi, 6,55 milioni alla ristrutturazione e riconversione dei vigneti e 4,2 milioni alla misura Investimenti, pensata per sostenere l'innovazione e il miglioramento tecnologico delle aziende.

A queste somme si aggiungono ulteriori 6 milioni di euro stanziati dalla Regione Piemonte per la promozione dei prodotti di qualità nell'ambito del bando 2025 (Intervento SRG10 del Complemento per lo Sviluppo Rurale 2023-2027).

La pubblicazione è anche scaricabile gratuitamente sul sito www.vignaioli.it.