

Le tendenze 2026 del mercato del vino (e degli spirits) secondo Gianpaolo Girardi (Proposta Vini)

26 Gennaio 2026



FIRENZE - Proposta Vini nasce nel settembre del 1984 da un'idea di **Gianpaolo Girardi** assolutamente innovativa per i suoi tempi: quella di dare vita un'azienda di distribuzione in grado di creare un filo diretto tra i vignaioli e il canale Horeca.

Il cuore dell'attività di Proposta Vini è infatti la consegna in "groupage", ovvero senza vendite alla clientela privata, senza limiti minimi di acquisto e con tempi di consegna certi. La mission è sempre stata la valorizzazione di cantine selezionate con grande attenzione alla qualità .

"Ci adoperiamo per permettere ai piccoli produttori di concentrarsi sul lavoro in vigna, che possono delegare a noi tutti gli aspetti di commercializzazione e distribuzione: una collaborazione continua con i produttori rappresentati. Ci poniamo l'obiettivo di dare visibilità a produttori di qualità, spesso di dimensione molto piccole, che non hanno la possibilità di

organizzare la parte commerciale, offrendo canali di visibilità nazionale ed internazionale”, spiega **Andrea Girardi**, oggi alla guida dell’azienda insieme al padre Gianpaolo.

In altre parole, un’attività commerciale nella quale convivono interessi aziendali con aspetti etici, umani e culturali. Lo dimostrano la ventina di progetti (anche editoriali oltre che enologici) sviluppati da Proposta Vini, che hanno come focus la conoscenza e valorizzazione degli aspetti storici, evocativi e paesaggistici che stanno dentro e oltre un bicchiere di vino, come i Vini dell’Angelo, i Vini Estremi, i Vini Franchi, i Vini delle Isole Minori etc., frutto dell’incrocio di competenze di Gianpaolo per la storia e la geografia, a fianco di quelle più spiccatamente enologiche.

Alla più che quarantennale attività distributiva enologica, dal 2021 si è affiancata la costola del catalogo Spirits che a distanza di soli quattro anni ha già nel carnet oltre 600 referenze provenienti da un centinaio di realtà artigianali del mondo della distillazione.

Fra una pausa fra due masterclass organizzate nel corso della presentazione alla Stazione Leopolda abbiamo chiesto a Gianpaolo Girardi di sintetizzarci i segnali che ci consegna il 2025 e quali saranno, a suo giudizio, le diretrici principali che guideranno il mondo del vino e degli spirits in questo 2026.

“Per noi il 2025 sembrava un anno difficile poi alla fine siamo riusciti a far registrare un piccolo incremento di fatturato rispetto al 2024 però la situazione di incertezze dei dazi, inflazione e di minor spesa ha fatto registrare un riduzione delle vendite anche per i grandi marchi, come alcune storiche maison di Champagne. Si tratta di una questione legata alla contrazione del segmento alto di prezzo ma anche all’eccessiva marginalità di qualche ristoratore che ha esagerato nelle percentuali di ricarico dei vini al tavolo. Fatto salvo le nicchie di poche blasonate etichette, qualche difficoltà l’hanno avuta anche i grandi rossi strutturati come i bordolesi o i supertuscans e questa mi sembra una tendenza piuttosto consolidata”.

Intende dire che l’onda lunga della ormai “antica” passione di Robert Parker per i vini muscolari e barricati sia definitivamente alle spalle?

Certo, era una tipologia nata per accompagnare piatti che potevano andar bene a persone della mia generazione perché ora i giovani sono più attenti a criteri di salubrità, a vini meno alcolici e di pronta beva ed anche ai valori territoriali, etici e artigianali di cui sono portatori i piccoli produttori. E poi non posso far a meno di notare come in un paese come il nostro, in cui il turismo è fondamentale, gli unici posti dove mancano carte dei vini razionali, cioè rappresentative dei territori, siano gli alberghi. Addirittura anche in qualche 4 o 5 stelle non

c'è una scelta fatta sulla base di quali sono i vini e gli abbinamenti territoriali. E gli alberghi sono uno snodo turistico fondamentale visto che ospitano persone non del luogo e quale posto migliore per presentare le eccellenze del territorio. I clienti sono affamati di questi prodotti, anche solo di poterne leggere le storie e magari acquistarne qualcuno per portarselo a casa e stimolare così il positivo effetto passaparola.

E a proposito di stimoli quali saranno i progetti speciali del prossimo anno?

Forse riprenderemo un progetto che avevamo abbandonato cioè quello dei "Vini Urbani", allargandolo a livello europeo. Quest'anno abbiamo realizzato il Progetto Vermentino, con le principali aree di produzione, alla prossima presentazione ci sarà probabilmente uno dedicato al Sangiovese della zona del Chianti, declinata anche negli aspetti geologici.

Qualche tendenza sul fronte Spirits, vostra recente costola distributiva?

Sicuramente è netta l'ascesa del Vermouth, sempre più protagonista. Prodotto profondamente legato alla tradizione italiana si sta affermando come ponte naturale tra i due mondi. Riscoperto come aperitivo trova spazio anche a fine pasto, come alternativa al vino da dessert, capace di parlare agli over 50 per il suo passato e ai più giovani tramite la mixology. Anche il gin continua a crescere sottraendo attenzione agli spritz, oggi in fase calante. Il mercato sembra aver raggiunto un punto di saturazione e forse il 2026 potrebbe segnare una selezione naturale, premiando i produttori con una forte identità territoriale e una narrazione autentica. Segnali decisamente positivi arrivano anche dai cosiddetti brown spirits – rum, whisky, brandy e cognac – che stanno conquistando nuovi estimatori e spazio nelle drink-list di bar e ristoranti. Più complessa la situazione degli amari, penalizzati nel 2025 da un calo dei consumi del fine pasto, anche a causa dell'inasprimento delle sanzioni previste dal Codice della Strada.

I numeri di Proposta Vini

Dipendenti: 36

Età media dei dipendenti: 34 anni

Numero agenti: 130

Fatturato 28.370.000 euro (2025) +1% sul 2024

Numero di referenze in catalogo: Vini circa 4.000 / Spirits circa 600

Numero di bottiglie commercializzate all'anno: 2.834.000

Canali di distribuzione in Italia: Horeca, GDO, E-commerce

Export: 2,3% Francia, Germania, Spagna, Austria, Belgio, UK, Danimarca, Hong Kong, Singapore, Rep. Ceca, Ungheria, Romania, Polonia.

