



Ricerca UniCredit-Nomisma: per lo sviluppo del settore vinicolo siciliano enoturismo asset strategico

22 Aprile 2026 

PALERMO – In uno scenario di mercato internazionale carico di incertezze e complessità, c'è un asset che per le imprese vinicole sta sempre più assumendo rilevanza strategica per il proprio business e che negli ultimi anni è cresciuto in maniera significativa: l'enoturismo.

Se guardiamo agli arrivi di turisti nelle principali zone vinicole italiane (dalla Valdobbiadene alla Valpolicella, dalle Langhe alla Franciacorta, dal Collio al Chianti) negli ultimi cinque anni si sono registrate crescite di molto superiori – in termini di variazioni percentuali – alla media della relativa regione (al netto dei capoluoghi/città d'arte).

Nel caso della Sicilia, prendendo ad esempio, i comuni dell'Etna (legati cioè al disciplinare di produzione dell'Etna Doc), tra il 2019 e il 2024 gli arrivi di turisti sono cresciuti del 17,4% contro una media dell'intera isola del 12,4%.

È uno dei dati che emergono dalla ricerca Nomisma Wine Monitor per UniCredit, presentata oggi a Palermo insieme alla nuova edizione di Sicilia en Primeur, in programma in città dall'11 al 15 maggio.

“Il settore vitivinicolo che rappresenta un pilastro strategico per l'economia siciliana, si trova ad operare oggi in un contesto globale complesso, in cui vecchie e nuove sfide si affiancano però a significative opportunità, come l'ascesa dell'enoturismo, leva strategica a supporto di competitività, attrattività e valorizzazione del territorio” ha affermato **Salvatore Malandrino**, regional manager Sicilia di UniCredit. “UniCredit rinnova l'impegno ad accompagnare le imprese in questo percorso, attraverso il credito, un modello di servizio dedicato e consulenza specialistica”.

“Assovin Sicilia scommette sull'enoturismo non solo come strategia ma come asset delle nostre cantine che stanno rispondendo in maniera dinamica alle nuove sfide del mondo del vino – ha commentato **Mariangela Cambria**, presidente di Assovin Sicilia – . Il wine tourism ci consente di raccontare il vino come prodotto culturale e parte di un contesto più ampio dove convivono paesaggio, storie, produttori, gastronomia. La Sicilia del vino che oggi si conferma un'isola capace di intercettare i cambiamenti e anticipare le strategie”.



Studio Nomisma

Il valore che l'enoturismo genera per le imprese vinicole italiane è di circa 3,1 miliardi di euro, a dimostrazione di come ormai non si tratti più di un "piano B" per i produttori ma un asset strategico di valorizzazione e crescita economica.

Una leva strategica che in Sicilia assume valenze ancora più significative e che la ricerca Nomisma Wine Monitor per UniCredit ha messo in luce attraverso un'indagine qualitativa sulle imprese vinicole, mostrando – tra le altre cose – come l'enoturismo nell'isola presenti un carattere molto più internazionale rispetto alla media degli altri territori vinicoli italiani: secondo i produttori siciliani, l'identikit dell'enoturista che arriva in Sicilia è prevalentemente straniero – in particolare statunitense, tedesco ed inglese – ha un'età media compresa tra 40 e 55 anni e non necessariamente è un esperto di vino, il che non rappresenta una criticità piuttosto un'opportunità per colmare un gap di conoscenza e accrescere la cultura del vino di persone che, dopo l'esperienza enoturistica, potranno divenire ambasciatori del brand aziendale e dei territori vinicoli siciliani.

Guardando al futuro, secondo le stesse imprese nei prossimi anni gli enoturisti andranno soprattutto alla ricerca di esperienze personalizzate e offerte esclusive, di esperienze immersive e multisensoriali ma anche integrate con attività culturali.

Il 2025 non è stato un anno semplice per il vino. L'export italiano chiude in negativo (-3,6% nei valori) rispetto all'anno precedente. In termini assoluti, la riduzione equivale a quasi 300 milioni di euro e 400 mila ettolitri. Il calo più rilevante riguarda il Nord America (-204 milioni di euro) e l'Europa extra-Ue (-89 milioni) mentre l'export verso i paesi dell'Unione Europea (che ancora rappresenta il 40% delle nostre esportazioni totali a valore) risulta in crescita e permette di mitigare la perdita.

Ma il vino italiano non è l'unico a subire un calo delle esportazioni. Tutti i principali exporter mondiali registrano una riduzione: Francia -4,4%, Spagna -5,1%, Cile -10,2%, Australia -14,6%, Stati Uniti -36%. Solo la Nuova Zelanda si mantiene attorno alla parità (-0,5%) ma veniva da una chiusura in negativo nel 2024 (-6,1%).

Le performances negative degli esportatori discendono da mercati internazionali che hanno ridotto consumi e acquisti di vino dall'estero. Guardando ai top mercati per import, solo Germania, Svizzera e Brasile registrano una crescita a valori nelle importazioni di vino, mentre gli Stati Uniti (causa anche svalutazione del dollaro) perdono il 12%, UK il 6%, Canada il 12%, la Cina il 15%.



Queste riduzioni si riflettono anche nelle esportazioni dei nostri vini Dop. Poche le denominazioni a livello regionale che mettono a segno una crescita: tra queste ci sono i bianchi fermi Dop della Sicilia, il cui export cresce a valore del 2,4% rispetto all'anno precedente. Una crescita che nemmeno i dazi di Trump riescono a bloccare: a differenza della media dei vini italiani che negli Usa lasciano sul campo quasi il 13% in valore, i bianchi Dop della Sicilia aumentano nell'export verso gli Stati Uniti dell'8,4%.

All'opposto il caso dei rossi Dop della Sicilia che perdono, sempre in termini di export, l'11% rispetto all'anno precedente, trainati al ribasso proprio dagli Usa, primo mercato di sbocco.

È comunque da precisare che i dati Istat di export tengono conto del luogo di spedizione all'estero, per cui sfuggono i quantitativi di vino siciliano che non partono direttamente dalla Sicilia per l'estero, ma partono da porti ubicati in altre regioni alle quali questi volumi di prodotto vengono computati come export vinicolo. Per cui si stima che in realtà il commercio estero di vini e mosti siciliani sia superiore rispetto ai dati ufficiali Istat.

Il calo nei consumi di vino rosso è una tendenza che ormai da molti anni si sta manifestando anche nel nostro paese, complice indubbiamente una riduzione nella "consumer base" degli italiani che bevono vino abitualmente (quotidianamente o più volte a settimana) e che rappresentano il "nocciolo duro" per i consumi di vino rosso. Una componente che si sta progressivamente riducendo: basti pensare che gli italiani di età over 60 che quindici anni fa dichiaravano di bere vino abitualmente erano il 70%. Oggi sono il 54%.

Al di là di queste evoluzioni, il territorio resta sempre prioritario nelle scelte di consumo di vino per gli italiani: sia che lo si acquisti per il consumo domestico che lo si beva fuori-casa, più di 4 consumatori su 10 guardano principalmente all'origine (regionale o tramite la presenza di una Dop/Igp).

Negli ultimi tre anni la produzione vinicola dell'isola si è assestata attorno ai 2,7 milioni di ettolitri, con una componente di quella a denominazione (Dop+Igp) vicina all'80% (la media italiana è pari al 72%). I vini bianchi la fanno da padrone, con una quota superiore al 64% della produzione regionale (la media italiana è poco distante, al 62%) e, come visto prima, rappresentano la categoria che negli ultimi anni ha trainato l'export di vino dall'isola: +50% la crescita nell'ultimo decennio del valore complessivo, con gli Usa oggi primo mercato di sbocco (22% dell'export vinicolo dalla regione), seguiti da Germania (12%), Uk (7%), Paesi Bassi e Canada (entrambi con una quota del 6%).



Sicilia en primeur

Sicilia en Primeur nasce nel 2003 come anteprima internazionale dell'ultima annata, rivolta alla stampa italiana ed estera. L'evento ha lo scopo di far conoscere sia le innumerevoli sfaccettature del vino siciliano, attraverso degustazioni e incontri con i produttori, sia i luoghi e la cultura che compongono la tradizione enologica siciliana, attraverso enotour in diverse aree dell'isola.

Scegliendo tra 12 itinerari differenti, i professionisti della stampa viaggiano alla scoperta delle aziende vinicole e del territorio. Il vino diventa, così, una chiave di lettura esclusiva per comprendere la straordinaria varietà e biodiversità dell'Isola ed il suo patrimonio storico-culturale, insieme alla storia dei produttori e delle aziende vitivinicole.

Il format vincente di Sicilia en Primeur prevede enotour rivolti alla stampa e visita alle aziende vitivinicole partecipanti ed i territori di produzione, degustazioni tecniche e talk su temi di attualità, un convegno dedicato all'incontro con i produttori e alle degustazioni nelle postazioni aziendali.

L'ultima edizione del 2025 ha coinvolto oltre cento giornalisti provenienti da tutto e cinquantasette aziende associate.