

Vendemmia 2025, Frescobaldi: in Italia 47 milioni di ettolitri prodotti ma 37 fermi in cantina

11 Settembre 2025

di **Redazione**



ROMA – “Brindiamo a un’annata qualitativamente eccellente, ma non per le quantità. Alle attuali condizioni di mercato, sarà difficile garantire la giusta remunerazione alla filiera con una vendemmia da 47,4 milioni di ettolitri a cui si aggiungeranno verosimilmente circa 37 milioni di ettolitri di vino in cantina”.

È quanto ha rilevato il presidente di Unione italiana vini (Uiv), **Lamberto Frescobaldi**, ieri in occasione della presentazione dell’indagine vendemmiale 2025, realizzata attraverso un processo di armonizzazione delle metodologie adottate da Assoenologi, Unione italiana vini (Uiv) e Istituto di Servizi per il Mercato Agricolo Alimentare (Ismea) al quale si aggiunge il contributo dell’Ufficio competente del Ministero dell’Agricoltura e delle regioni.

Complessivamente, la vendemmia 2025 dovrebbe raggiungere i 47,4 milioni di ettolitri, con uve in salute che promettono un’annata molto buona o ottima in quasi tutte le aree e con punte di eccellenza.

Stando alle stime elaborate, la produzione dovrebbe registrare un incremento dell’8% rispetto alla scorsa campagna, riportando i volumi in linea con la media degli ultimi anni dopo due annate particolarmente scarse (+2% sulla media 2024-2025). Un raccolto che conferma quindi il primato produttivo dell’Italia, seguita nella classifica globale dai competitor europei Francia (37,4 milioni di ettolitri) e Spagna (36,8 milioni di ettolitri).

“Ci troviamo a fare i conti con difficoltà che non riguardano solo l’Italia, ma tutti i Paesi produttori”, ha aggiunto Frescobaldi. “La qualità del nostro vino è indiscussa, ma anche il buono, se è troppo, fa perdere valore al comparto. In questo momento storico proponiamo di rivedere gli schemi produttivi, a partire dall’impianto legislativo del Testo Unico, con l’obiettivo di attivare un sistema a fisarmonica del nostro potenziale, che sia in grado di aprirsi o comprimersi a seconda delle dinamiche di mercato. Proprio sul trade si gioca la partita decisiva, che auspichiamo possa passare da una campagna di promozione straordinaria, a regia pubblico-privata, negli Usa e sui mercati più promettenti”.