

## Nomisma, segnali di stanchezza nel mercato del vino

Dopo il parziale recupero primaverile, in estate il vino nella GDO italiana è tornato a mostrare segnali di stanchezza. A rilevarlo è stata l'ultima release dell'Osservatorio Wine Monitor promosso da Nomisma. L'analisi, realizzata su dati NIQ, ha illustrato i trend di vendita di vino (valori, volumi e prezzi medi) in Italia nel canale off-trade. I dati sono organizzati per format distributivo, per tipologia di vini e per trimestre.

E mostrano che: ? la stagione estiva non ha generato un effetto traino sufficiente a rilanciare le vendite nel canale retail, che resta condizionato da dinamiche di domanda prudenti e da una crescita dei prezzi ormai stabilizzata; ? nel terzo trimestre 2025 i volumi arretrano in modo più deciso (-2,4%) e neppure i valori riescono a riportarsi in territorio positivo (-0,2%).

Sul fronte dei canali, si interrompe la crescita del discount, che segna una battuta d'arresto sia valore che a volume, mentre si distinguono le buone performance dell'e-commerce, in decisa accelerazione rispetto ai trimestri precedenti; ? nel terzo trimestre 2025 il mercato mostra un equilibrio più stabile tra categorie, con la crescita delle bollicine che si fa più contenuta. I vini fermi e frizzanti evidenziano ancora una flessione: valori in lieve calo (-0,2%) e volumi in più marcata contrazione (-3,3%), a fronte di un nuovo incremento dei prezzi medi (+3,2%).

Gli spumanti, pur mantenendo un segno positivo sui volumi (+2,8%) ed una sostanziale stabilità a valore, vantano performance meno brillanti rispetto ai trimestri precedenti; ? il calo nei prezzi medi delle vendite di spumanti (-2,8%) indica un mix più orientato verso fasce di prezzo accessibili e promozioni più diffuse, che ne ridimensionano la spinta a valore; ? nel complesso, il bilancio dei primi nove mesi dell'anno è ancora negativo: il cumulato gennaio-settembre 2025 non si discosta molto dal quadro del primo semestre, con il mercato del vino in GDO che mantiene un andamento in negativo, registrando un +0,7% a valore e -2,3% a volume, sostenuto da un ulteriore incremento dei prezzi medi (+3,1%); ? tra i canali, iper e supermercati si confermano i più solidi nella tenuta dei valori, mentre l'e-commerce è il solo a vantare una crescita nei volumi, favorita dalla spinta estiva e da una politica prezzi più competitiva. Il Cash&Carry resta il segmento più fragile, pur mostrando segnali di progressivo rallentamento delle perdite rispetto ai mesi precedenti.