Ovse-CevesUni- Vini & spumanti consumi & mercati SS.Feste 2025 – dati economici

written by Marco Salvaterra | 8 dicembre 2025

Ovse-CevesUni dal 1991 è impegnato in ricerca analisi indagini sui mercati e sui consumi per stabilire l'andamento e le scelte dei consumatori prima e durante le SS.Feste 2025-2026. una azione supportata da più di 30 anni di dati e tabelle grazie a 1150 referenti (in calo purtroppo) nazionali e sparsi in 63 paesi del mondo che raccolgono elementi e dati che sono trasmessi al centro elaborazione Ceves-Uni (Centro Studi Uni Analisi Ricerca Mercati Consumi Alimentari) di Piacenza (Italia). La analisi riguarda solo i prodotti (cibo-vino-spumanti) italiani consumati in previsione e stimati per le prossime feste. La prima segnalazione 2025 riguarda il ritardo delle scelte da parte degli acquirenti finali. Gli stessi importatori ed esportatori, grossisti e distributori, pur avendo anticipato di qualche giorno la proposta e allestimento degli scaffali e le offerte online, sono rimasti spiazzati per il non-avvio immediato di ordini, acquisti. occorre risalire alla SS.Feste del 2001-2002, oppure del 2008-2009 e del 2012-2013 per avere la stessa situazione generale e particolarmente in Italia. Inoltre questo ritardo, ieri come oggi, è associato ad un aumento di prezzi sugli scaffali non in linea con le previsioni e aspettative del consumatore. Sicuramente l'inflazione è in forte calo, le tredicesime poco o tanto in aumento sono arrivate per milioni di consumatori, la situazione macroeconomica è molto favorevole al sistema Italia (fatta eccezione per alcuni casi industriali di vecchia data mai risolti), la stabilità politica consente alcune certezze di prospettiva…eppure i consumi sono ridotti, concentrati sui beni primari di assoluta principale necessità con una divagazione solo per spese occasionali di viaggio e vacanze. Si può dire che le ss.Feste 2025-2026 in Italia sono caratterizzate più da una richiesta turistica che alimentare fuori dall'ordinario o per l'effimero. Ovvio che l'aumento dei costi di produzione e dei fattori di mercato, le diverse priorità incidono enormemente. Sicuramente l'aumento generalizzato dei prezzi sullo scaffale ha frenato i pre-ordini e i pre-acquisti spostando gran parte degli "atti" negli ultimi giorni. L'incertezza del domani causa i conflitti troppo vicini inoltre non aiutano. Ma senza scandalo e terrorismo, nel senso che i prodotti di primo prezzo e i premium (in tutti i settori alimentari, gastronomici ma anche elettronici, servizi persona e vestiario) mantengono lo standard degli ultimi anni, anche se sono privilegiati quelli indispensabili sia come regalo che come uso individuale. In questa condizione generale vanno meglio gli acquisti e consumi in horeca (anche se i giovani continuano a non bere vino) e fuori casa, rispetto che quelli domestici: in 5 anni il consumo domestico sotto i 65 anni si è dimezzato. Il consumo nazionale di vino&spumanti è sceso sotto i 29,5 litri procapite/anno. Non c'è un crollo, ma una ricomposizione del paniere e del carrello, compreso vini, spumanti, alimenti. In Italia, per esempio, sono sicuramente non diminuiti i pranzi e le cene previste fuori casa e soprattutto in zone turistiche dell'inverno alle porte, mentre gli scaffali per le prime festività di dicembre non sono stati svuotati come previsto. Sembra quasi che vi sia una diffusa e generale scelta di "consumare meno" di tutto e a tutti i costi. Ovvio se guardiamo alle medie dei prezzi sullo scaffale di alcuni prodotti "simbolo" delle SS.Feste: rispetto al 2023-2024-2025 i torroni sono aumentati di prezzo fra il 10 e il 18%, a parte le eccezioni come Prosecco o altri vini di prima fascia, l'incremento di una bottiglia di bollicine è oggi del 8-12%; per i panettoni la crescita è ancora maggiore se si abbina alla riduzione di peso 8difficile trovare panettoni di 1000 grammi) e sfiora il 18-24% di media sempre. Per tutti l'incremento è spesso giustificato da un eccesso di variabilità di tipologie, ingredienti e confezionamenti in linea con nuove tendenze salutistiche, sostenibili, resilienti come viene scritto sulle confezioni. Anche questo fine anno conferma il non-consumo di vino da parte della generazione Z: ma dai dati raccolti da CevesUni anche le bollicine no-alcol non hanno fatto passi da gigante colmando il gap contro il consumo di alcol. Forse il vino-vero resta tale se con alcol, ma in misura ridotta. occorre quindi una politica di prospettiva totalmente diversa.

Ecco in sintesi i dati economici di questo dicembre 2025-gennaio2026:

i volumi nazionali (quantità di bottiglie stappate e consumate) sono fermi di due anni, si registrano oscillazioni interne allo stesso settore e comparto e fra diverse famiglie, fra nord e sud. I valori invece sono in crescita, ma i fatturati crescono molto meno. Il margine maggiore di guadagno risiede nelle grandi aziende o insegne di distribuzione che sanno acquistare molto bene. anche online i prezzi sono aumentati, meno, ma i fatturati non salgono. Scaffali sempre più ricchi di etichette e tipologie, anche straniere a prezzi decisamente competitivi: a 5-7 euro si acquistano vini fermi francesi ottimi. La gamma Prosecco ha perso qualche marchio, il Valdobbiadene

invece ha visto crescere etichette molto di qualità ma con prezzi fra 7-10 euro la bottiglia, molto competitivi con le bollicine del “metodo tradizionale” come Franciacorta e Trento che non perdono colpi (soprattutto nel fuori casa) ma con prezzi non in crescita. Bene alta Langa, mentre battuta d’arresto per le etichette provinciali e regionali che restano a consumo kmZero. In crescita le bollicine italiane premium, in calo i Champagne medio-bassi. Anche i “pacchi dono” hanno ridotto il prezzo medio riducendo il numero di ingredienti. In questo mese i vini fermi bianchi e rossi segnano il passo, i rossi più dei bianchi. Fra i bianchi bene il Lugana, Grillo, Soave, Verdicchio, Vermentino, Vernaccia Toscana, tutti a Denominazione d’Origine. Nei fatidici 35 giorni di fine anno in Italia, non supereremo le 90 bottiglie di bollicine stappate con un controvalore al consumo superiore a 1 mld/euro (+7%). Quasi il 74% delle bottiglie concentrate a Capodanno. All’estero Ovse-Ceves registra una variabilità fra paese e paese molto accentuata partendo da una incognita in Usa (primo mercato estero per i vini italiani) dove le importazioni sono arrivate, i prezzi sono in crescita del 12% (concordato fra produttore e importatore), ma difficile capire come e cosa acquisteranno gli Americani. Meglio in altri paesi anche se il Prosecco Doc segna un anno di riflessione e riposizionamento: bene in sud America e in Asia ma i numeri erano molto piccoli. Sono 163 i paesi esteri destinatari di bollicine italiane: circa 240 milioni di tappi voleranno per l’ultimo dell’anno targati tricolore per 2 miliardi di dollari di valore al consumo.