



Turismo, UniCredit-Nomisma Wine Monitor: da quello del vino 3 miliardi di valore per cantine

Descrizione

Nel 2025, l'enoturismo ha generato oltre 3 miliardi di euro di valore per le cantine, contribuendo mediamente al 21% del fatturato delle aziende vinicole. E il trend è orientato alla crescita. Lo rileva il primo report sul mercato turistico del vino, presentato oggi da UniCredit e Nomisma Wine Monitor, realizzato in partnership con Vinitaly e con la collaborazione dell'Associazione Nazionale Città del Vino, su un campione di 300 aziende vinicole e 13 Consorzi di Tutela distribuiti su tutto il territorio nazionale.

Il pubblico è prevalentemente italiano (58%), formato in primis da coppie e famiglie (51%) e consumatori non esperti (58%), tuttavia, la presenza internazionale è in crescita. Sebbene solo una quota ridotta di cantine non proponga ancora attività enoturistiche, infrastrutture territoriali insufficienti, complessità autorizzative, scarsità di incentivi e carenza di personale specializzato continuano a rappresentare barriere significative per consentire al settore di compiere un ulteriore salto di qualità.

Il settore vitivinicolo e il turismo rappresentano un pilastro fondamentale per la competitività del Paese, soprattutto in una fase segnata da sfide climatiche e geopolitiche che richiedono visione strategica e interventi mirati - dichiara Remo Taricani, Deputy Head of Italy di UniCredit - Con la nostra struttura di Agribusiness e l'offerta rinnovata One4Wine, UniCredit sostiene le imprese del comparto attraverso soluzioni dedicate a investimenti, innovazione e sostenibilità. Nel 2025 abbiamo erogato oltre 300 milioni di euro di nuovi crediti alla filiera, in crescita di oltre il 35% rispetto all'anno precedente, confermandoci come Partner affidabile per produttori e territori. Guardiamo con particolare attenzione anche allo sviluppo dell'enoturismo, una leva di valore e identità capace di generare crescita diffusa e rafforzare il legame tra imprese e comunità locali.

Per Denis Pantini, responsabile Agrifood e Wine Monitor di Nomisma, l'enoturismo non rappresenta un piano B, ma una strategia competitiva dai molteplici vantaggi, sia per le aziende vinicole che per i territori: disintermedia le vendite garantendo una maggior redditività alle imprese; trasforma ogni visitatore che non compra più solo una bottiglia di vino, ma un'esperienza in un

ambasciatore del brand nel mondo; ma, soprattutto, tutela il paesaggio e garantisce un futuro alle comunità rurali, rendendo lâ?impresa vinicola il perno di un ecosistema turistico piÃ¹ ampio. In questo senso, il turismo non Ã¨ piÃ¹ percepito solo come unâ?attività accessoria di promozione del vino, ma una leva di valorizzazione territoriale strettamente connessa allâ?identità della denominazioneâ?•.

â??

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Aprile 14, 2026

Autore

redazione

default watermark