

I VINI E I RISTORANTI DI ALTA GAMMA VALGONO 58 MILIARDI DI EURO

Il primo "Altagamma-Bain Fine Wines and Restaurants Market Monitor" evidenzia valore e prospettive di questi comparti in un contesto di forte cambiamento

Verona, 7 aprile 2025 - Il mercato dei **vini di alta gamma** continua a ricoprire un ruolo chiave nell'industria globale del lusso, con **un valore di €30 miliardi** per il 2024. A metà strada tra il consumo domestico e la ristorazione di alto livello, questo segmento è un pilastro del mercato mondiale dell'alto di gamma che vale complessivamente €1.480 miliardi.

Con una **crescita del 27% dal 2022 al 2024**, la **ristorazione di alta gamma** ha raggiunto **€28 miliardi nel 2024**. L'Europa è leader, accogliendo oltre la metà dei 14.000 ristoranti di fascia alta nel mondo. I vini pregiati si confermano protagonisti e gli abbinamenti di vino rappresentano fino al 40% dei ricavi di questi ristoranti contribuendo con €6-7 miliardi.

È quanto emerge dal primo **Altagamma-Bain Fine Wines and Restaurants Market Monitor**, presentato all'interno della 57° edizione di Vinitaly alla presenza di **Matteo Lunelli**, Presidente di Altagamma e Presidente e CEO di Ferrari Trento; e **Maurizio Zanella**, Vice Presidente di Altagamma per l'Alimentare e Presidente e Fondatore di Ca' del Bosco. Lo studio è stato illustrato da **Claudia D'Arpizio**, Senior Partner e Responsabile Globale Moda e Lusso di Bain & Company.

Il valore, le tendenze e le prospettive dei vini e dei ristoranti dell'alto di gamma sono stati commentati da **Giampiero Bertolini**, CEO di Biondi-Santi; **Enrico Buonocore**, CEO e Fondatore del Gruppo Langosteria e **Stevie Kim**, Managing Partner Vinitaly e Founder Italian Wine Podcast.

Nonostante rappresentino **solo l'1,5% del volume** totale del mercato vinicolo, **i vini di alta gamma generano l'11% del valore**. Seppur più piccolo di altri settori del lusso come moda (20-25%) e cosmesi (15-20%), il vino pregiato mantiene un ruolo primario nel comparto high-end.

Dopo un decennio di crescita costante, il settore dei fine wines ha registrato un leggero calo del -2/-3% nel 2024, il primo vero rallentamento al di fuori del periodo pandemico, dovuto principalmente a una maggiore cautela nei consumi – spinta dall'inflazione – e all'ascesa di trend come la moderazione del consumo di alcol tra le nuove generazioni.

Matteo Lunelli, Presidente di Altagamma, ha dichiarato: *"I vini pregiati si confermano un pilastro dell'alto di gamma a livello mondiale. Un comparto che è passato negli ultimi 15 anni da 18 a 30 miliardi di euro di valore e che, nonostante un lieve calo nel 2024, si stima che aumenterà del 4-6% annuo fino al 2030. Anche l'alta ristorazione sta vivendo dalla pandemia una forte crescita e una significativa trasformazione dei format grazie alla domanda di lusso sempre più esperienziale. L'Italia deve continuare a cogliere le opportunità che offrono questi comparti consapevole che Vini e Ristorazione di alta gamma sono una grande opportunità per il nostro Paese e ambasciatori insostituibili della nostra cultura, dei nostri territori e del nostro stile di vita nel mondo".*

"Il vino pregiato è al crocevia tra lusso, celebrazione e investimento", spiega Claudia D'Arpizio, Senior Partner e Responsabile Globale Moda e Lusso di Bain & Company. "È parte integrante del piacere quotidiano per i più facoltosi, simbolo di momenti speciali per molti consumatori e un bene da collezione per gli investitori. È molto più di una semplice bevanda: rappresenta prestigio, passione, gioia, convivialità e amore per la qualità".

A SEGUIRE, NEL DETTAGLIO, LE EVIDENZE EMERSE DALLO STUDIO

Un mercato frammentato, guidato dalla tradizione e ancora occidentale

L'industria del vino pregiato è composta sia da grandi marchi che da una miriade di piccoli produttori. I primi 10 brand detengono il 35% del mercato – una quota simile a quella del lusso personale (39%) e del design di alta gamma (29%) – ma esiste una “coda lunga” con oltre 400 attori.

Nonostante la sua tradizione, il mercato è ancora fortemente centrato sull'Occidente: nel 2024 l'Europa ha prodotto il 75% del vino pregiato, ed Europa e Americhe hanno assorbito l'80% dei consumi. Asia-Pacifico e Medio Oriente rappresentano solo il 5% della produzione e il 20% della domanda, ma mostrano un forte potenziale di crescita.

Premiumizzazione

Negli ultimi dieci anni il consumo di vino pregiato ha visto un marcato processo di premiumizzazione, con l'attenzione sempre più rivolta alla qualità rispetto alla quantità. Questa tendenza – rafforzata dopo la pandemia – rende il vino pregiato una risorsa “resiliente”, anche nei periodi di incertezza economica.

Trend “NoLo” (No e Low Alcohol) tra i giovani

Le nuove generazioni, in particolare la Gen Z, stanno abbracciando il trend “NoLo” (No & Low Alcohol), con una crescente curiosità verso alternative a basso o nullo contenuto alcolico. Le aziende dovranno adattarsi per attrarre questi nuovi consumatori.

Ristorazione di alta gamma: il lusso diventa esperienza

Il segmento dell'alta ristorazione è in forte ripresa, con una crescita del 27% tra il 2022 e il 2024, per un valore previsto di €28 miliardi. L'Europa è leader, con oltre la metà dei 14.000 ristoranti di fascia alta nel mondo. Pur dominando ancora i format tradizionali, le esperienze immersive (che combinano cibo, intrattenimento, convivialità e socialità) sono in ascesa e potrebbero rappresentare il 15-20% del mercato nel 2024. Il vino resta protagonista: in alcuni ristoranti stellati, gli abbinamenti enologici rappresentano fino al 40% del fatturato, per un totale stimato di €6-7 miliardi nel 2024. Oltre il 50% del vino consumato fuori casa è spumante (sia champagne che altre varietà) - in gran parte associato a occasioni celebrative, ma anche sempre più integrato in esperienze di enoturismo. Dopo la pandemia, i clienti cercano autenticità, condivisione e coinvolgimento emotivo, trasformando i ristoranti in hub culturali e sociali.

Un asset da collezione e investimento

Il vino pregiato è ormai considerato un asset da investimento, grazie all'offerta limitata e alla domanda elevata. Negli ultimi 10 anni i prezzi sono più che raddoppiati, superando le performance di altri beni di lusso come borse, orologi e gioielli. Alcuni indici del settore, come il Liv-Ex Champagne-50 e il Liv-Ex Italy-100, sono cresciuti rispettivamente del 34% e 20% negli ultimi cinque anni.

Nuove sfide: consolidamenti e cambiamento climatico

Negli Stati Uniti si assiste a un'ondata di fusioni e acquisizioni, con 30 operazioni all'anno per un valore complessivo di 8 miliardi di dollari. Anche l'Europa segue il trend: nel 2024 si è registrata la chiusura di 10 deal in Italia e Francia. Parallelamente, il cambiamento climatico sta ridisegnando la geografia del vino: le regioni del Sud affrontano temperature più alte (+3°C) e siccità estreme, mentre il Nord Europa (es. Danimarca) diventa più favorevole alla coltivazione. Se non si interviene, vitigni come il Cabernet Sauvignon potrebbero spostarsi più a Nord entro il 2100.

Italia: ottima redditività, ma frammentazione del mercato

Tra il 2015 e il 2024 i grandi brand italiani hanno mantenuto margini EBIT del 15-17%, nonostante le turbolenze. Nonostante il dominio della Francia - nove dei primi 10 marchi e una quota del 95% del valore al dettaglio - la diversità dell'Italia offre un potenziale di crescita e opportunità di storytelling uniche, con 20 regioni vinicole e 1.000 varietà di uve (contro le 13 regioni e le 250 varietà della Francia).

Il futuro del vino pregiato

Guardando al futuro, il mercato dei vini di alta gamma si basa su fondamenta solide e si prevede una crescita costante. Il valore complessivo dovrebbe salire dai 30 miliardi di euro stimati per il 2024 a circa 35-40 miliardi entro il 2030, con un tasso di crescita annuo composto (CAGR) compreso tra il 4% e il 6% a partire dal 2025. Tuttavia, le crescenti tensioni commerciali e l'introduzione di nuovi dazi, soprattutto sulle esportazioni europee verso gli Stati Uniti, potrebbero rallentare parte di questa crescita. In particolare, a risentirne potrebbe essere il segmento d'ingresso del mercato dei vini di alta gamma. I mercati occidentali resteranno centrali, ma regioni emergenti come Asia e Medio Oriente offriranno nuove opportunità. Nel frattempo, il processo di consolidamento continuerà a trasformare il settore.

FONDAZIONE ALTAGAMMA – www.altagamma.it

Altagamma riunisce dal 1992 le migliori imprese dell'Alta Industria Culturale e Creativa che promuovono nel mondo l'eccellenza, l'unicità e lo stile di vita italiani. Unica per la sua trasversalità, Altagamma accoglie 120 brand dei 7 settori della moda, del design, della gioielleria, dell'alimentare, dell'ospitalità, dei motori e della nautica. La Mission di Altagamma è contribuire alla crescita e alla competitività delle imprese dell'industria culturale e creativa italiana, offrendo così anche un contributo allo sviluppo economico del Paese. L'alto di gamma rappresenta un'industria di circa 144 miliardi di euro, in Italia, e fornisce un contributo al PIL del 7,4%. La quota dell'export è oltre il 70%. Coinvolge 1.922.000 occupati, diretti e indiretti.

Per ulteriori informazioni:

Edoardo Carloni | M: 342 9402816 | @: carloni@altagamma.it

Giorgio Bocchieri | M: 340 4818438 | @: bocchieri@altagamma.it

Francesco Bernardini | M: 331 6242686 | @: francesco.bernardini@cominandpartners.com

Andrea Chirillo | M: 347 9233706 | @: andrea.chirillo@cominandpartners.com