

Vinitaly 2026, il convitato di pietra: il vino fuori casa costa troppo

scritto da Fabio Piccoli | 13 Aprile 2026



A Vinitaly 2026 il tema dominante tra produttori e operatori è la sofferenza dell'horeca italiana. La causa principale? Ricarichi eccessivi sul vino nelle carte dei ristoranti. In un contesto di potere d'acquisto ridotto e prezzi sempre più trasparenti, il rischio concreto è che il consumatore rinunci al vino fuori casa, danneggiando l'intera filiera.

Se dovessimo individuare, sul versante delle problematiche di mercato, ciò che più chiaramente è emerso in questi primi due giorni di Vinitaly 2026, dovremmo parlare senza esitazioni dello **stato di sofferenza dell'horeca italiana**.

Non è un'impressione isolata, né una lettura forzata. Tra gli

stand, nei corridoi, nei confronti con produttori e operatori, il tema affiora con una nettezza che colpisce. C'è chi racconta, senza giri di parole, di stare incontrando **molti più operatori stranieri che italiani**. Ed è un dato che, da solo, dovrebbe già bastare a imporre una riflessione seria.

Ma il punto diventa ancora più interessante quando si chiede ai produttori quali siano, a loro giudizio, le cause di questa impasse dell'horeca nazionale. Qui la risposta diventa quasi unanime: **i rincari eccessivi sulle carte vini non sono più ammissibili**.

È una frase dura, ma liquidarla come una provocazione sarebbe un errore. E sarebbe un errore ancora più grave far finta che si tratti di una notizia nuova. Non lo è affatto. Quello dei ricarichi eccessivi nel mondo della ristorazione è un discorso antico, antichissimo, che il settore conosce bene e che periodicamente riemerge, soprattutto nei momenti di difficoltà economica. Oggi, semplicemente, è tornato a galla con maggiore forza perché il contesto generale lo rende più visibile, più sensibile, più esplosivo.

Siamo in una fase in cui **nelle tasche dei consumatori ci sono meno risorse**, le priorità di spesa si stanno restringendo e molti acquisti un tempo considerati naturali o complementari all'esperienza del fuori casa vengono rimessi in discussione. A partire proprio dal vino.

Naturalmente nessuno serio può ignorare le ragioni dei ristoratori. I costi sono cresciuti in modo pesante: energia, personale, affitti, materie prime, gestione quotidiana. Sarebbe superficiale, oltre che ingiusto, fingere che questi problemi non esistano. Ma riconoscere questa realtà non significa accettare automaticamente qualsiasi livello di rincaro. Perché a un certo punto la verità diventa molto semplice: **avere costi alti non basta a giustificare prezzi che il mercato non è più disposto a sostenere**.

Ed è proprio qui che si annida il nodo vero. Il problema non è il diritto del ristoratore al margine. Quel diritto è sacrosanto. Il problema nasce quando il margine sul vino supera la soglia della ragionevolezza e finisce per trasformarsi in un fattore di espulsione del consumatore. Quando una bottiglia in carta raggiunge cifre percepite come sproporzionate rispetto al suo valore reale, il cliente non compie un ragionamento teorico: cambia comportamento. Ordina meno. Sceglie altro. Rinuncia del tutto. Oppure decide che quell'esperienza, a quelle condizioni, non vale più il prezzo richiesto.

E oggi questo meccanismo è amplificato da un elemento ulteriore, spesso sottovalutato: **la trasparenza dei prezzi**. Ormai chiunque è in grado, in pochi secondi, di confrontare il prezzo proposto al tavolo con quello praticato in enoteca, online o direttamente in cantina. Questo non significa che il consumatore pretenda di bere al ristorante allo stesso prezzo dell'acquisto diretto. Sarebbe assurdo. Ma significa che il cliente percepisce con crescente immediatezza quando il divario appare fisiologico e quando invece appare eccessivo, arbitrario, perfino irritante.

Quando il vino viene avvertito come la voce più ingiustificatamente cara del conto, il danno non riguarda soltanto il locale. Riguarda **tutta la filiera**. Riguarda i produttori, che vedono ridursi le occasioni di consumo e di scoperta. Riguarda i distributori e gli agenti. Riguarda i territori, che trovano nel vino uno dei loro principali ambasciatori. Riguarda, in ultima analisi, la cultura stessa del vino, che rischia di essere progressivamente spostata dal campo della normalità conviviale a quello del lusso accessorio.

Per anni, nella ristorazione, il vino è stato uno degli strumenti principali con cui tenere in equilibrio i margini del locale. Ma proprio qui sta la domanda scomoda che il settore dovrebbe porsi: **è ancora sostenibile continuare a**

usarlo in questo modo, in una fase economica fragile come quella attuale? Perché se il vino diventa la prima voce che il cliente taglia, allora il sistema non sta più difendendo il proprio valore. Sta erodendo la propria base di consumo.

Punti chiave

- 1. L'horeca italiana è in sofferenza:** a Vinitaly 2026 i produttori incontrano più operatori stranieri che italiani.
- 2. I ricarichi eccessivi sul vino nelle carte dei ristoranti** sono indicati come causa principale del calo dei consumi fuori casa.
- 3. Il consumatore è più informato:** confronta in tempo reale i prezzi al tavolo con quelli in enoteca o online, percependo subito i rincari ingiustificati.
- 4. Il danno è di filiera:** quando il vino è la prima voce tagliata dal cliente, ne risentono produttori, distributori, territori e cultura del vino.
- 5. La domanda scomoda per la ristorazione:** usare il vino come leva principale per i margini del locale è ancora sostenibile in una fase economica fragile?