Vino, clima e nuovi consumi: cinque trend globali che il settore non può ignorare

scritto da Veronica Zin | 14 Maggio 2026



Il Wealth Report 2026 di Knight Frank individua cinque trend che stanno ridisegnando il mercato vitivinicolo mondiale: cambiamento climatico, crescita del segmento premium, nuovi gusti dei consumatori più giovani, sostenibilità come requisito minimo e turismo esperienziale. Un'analisi pensata per investitori, ma con implicazioni concrete e urgenti per produttori e operatori del settore.

Ogni anno il Wealth Report di Knight Frank fotografa dove si muove il capitale privato globale: immobili di lusso, arte, yacht, family office. Un documento pensato per investitori e gestori patrimoniali, non certo per i produttori di vino. Eppure, nell'edizione 2026, c'è una sezione – "Glass Half

Full” – che merita di essere letta con attenzione anche da chi lavora in vigna o gestisce una cantina.

La sezione del report dedicata al settore vitivinicolo individua cinque grandi trend che stanno ridisegnando il mercato vitivinicolo mondiale. Per ciascuno, ci siamo chiesti: **cosa significa davvero per chi produce vino e per l’enoturismo?**

Trend 1. Il cambiamento climatico ridisegna la mappa produttiva

L’aumento delle temperature sta già penalizzando alcune aree storiche – Francia meridionale, Catalogna, California, parti dell’Australia – riducendo le rese e alterando i profili aromatici. Al tempo stesso, nuove zone stanno diventando commercialmente praticabili: l’Inghilterra meridionale, l’Alto Adige, il Friuli, le Ande cilene, la Tasmania.

Il cambiamento climatico nel vino viene spesso raccontato come una minaccia. Ma forse vale la pena chiedersi: **stiamo investendo abbastanza nell’adattamento?** Alcune regioni storiche stanno già sperimentando nuove varietà e tecniche di gestione del vigneto. Altre sembrano aspettare.

Trend 2. Trading up: il mercato premia la qualità sulla quantità

I consumatori benestanti bevono meno ma scelgono meglio. I segmenti premium crescono più rapidamente in valore che in volume. Chi riesce a posizionarsi su questo segmento ha un vantaggio strutturale. Champagne, Barolo, Brunello e super-Tuscans sono citati come esempi di questa dinamica, con i grandi Toscani che si confermano i più resilienti anche durante il recente ribasso del mercato del fine wine.

Il “trading up” è una buona notizia per chi produce vini di qualità. Ma nasconde una domanda: **quanti produttori stanno**

davvero costruendo un posizionamento premium sostenibile nel tempo, e quanti si stanno semplicemente adeguando ai prezzi del mercato senza investire nella sostanza? Alzare il prezzo non è trading up. Trading up significa costruire una percezione di valore che il consumatore riconosce e per cui è disposto a pagare anche in un momento di incertezza economica.

Trend 3. I gusti cambiano: vini più leggeri, freschi e inaspettati

Millennials e Gen Z stanno riscrivendo le preferenze di consumo. Meno alcol, più freschezza, più curiosità verso varietà non convenzionali. Grüner Veltliner, Albariño, Viognier guadagnano terreno. Il rosé è ormai sdoganato tutto l'anno. Il bianco fresco e aromatico sta diventando "il nuovo rosé". Le regioni che producono naturalmente questo stile – Alto Adige, Friuli, Loira, Mosel, zone atlantiche del Portogallo – si trovano in una posizione di vantaggio inaspettata.

Questo è forse il trend più difficile da accettare per le denominazioni storiche costruite su vini strutturati e longevi. Ma vale la pena porsi una domanda onesta: si stanno comunicando i vini al consumatore di domani oppure si continua ad usare uno stile comunicativo che non appartiene più nemmeno a ieri per quanto obsoleto?

Sul fronte enoturistico, il cambio di gusti apre opportunità interessanti: degustazioni tematiche su varietà autoctone "minori", percorsi di scoperta di stili meno noti, abbinamenti insoliti. Esperienze che parlano proprio a quel pubblico curioso e non convenzionale che il report descrive.

Trend 4. Sostenibilità: da valore aggiunto a requisito minimo

Per i consumatori più giovani, le certificazioni biologiche e

biodinamiche non sono più un plus, **sono una condizione di accesso al mercato premium internazionale**. La Nuova Zelanda viene citata come modello virtuoso, con il 98% dei vigneti certificati sotto il programma nazionale di viticoltura sostenibile. In Europa, Alsazia e Linguadoca-Rossiglione guidano l'adozione di pratiche organiche e biodinamiche.

Trend 5. Il consumo esperienziale ridefinisce l'enoturismo

Il report descrive l'emergere di una "*transformation economy*": i consumatori benestanti non cercano più esperienze semplicemente piacevoli, ma esperienze che li cambino, che li arricchiscano, che abbiano un significato. Applicato al vino, questo significa che la visita in cantina non può più essere una degustazione passiva. Le regioni che hanno già sviluppato questo modello – Napa Valley, Toscana, Provenza, Stellenbosch – continuano ad attrarre i flussi più qualificati. Le vendite dirette in cantina, sottolinea il report, offrono margini nettamente superiori alla distribuzione tradizionale.

Questo è il trend che forse ha le implicazioni più immediate per chi gestisce un'attività enoturistica. Ma apre anche una domanda difficile: **siamo pronti a fare il salto da "cantina aperta al pubblico" a "destinazione esperienziale"?** Non si tratta solo di investire in strutture o in personale: **si tratta di ripensare profondamente il motivo per cui un visitatore dovrebbe scegliere noi invece di un altro**. Cosa impara? Cosa porta a casa, oltre a qualche bottiglia? Cosa racconta agli amici? Il Wealth Report 2026 non è stato scritto per i produttori di vino. Ma i cinque trend che descrive parlano direttamente al settore, con una chiarezza che vale la pena ascoltare. Non abbiamo risposte definitive e sarebbe presuntuoso averle. Ma crediamo che le domande giuste siano già un punto di partenza. Il bicchiere è mezzo pieno. Sta a noi decidere cosa farne.

Punti chiave

1. **Il cambiamento climatico sposta la mappa produttiva**: alcune regioni storiche perdono competitività, nuove zone emergono come Alto Adige e Tasmania.
2. **I consumatori benestanti bevono meno ma scelgono meglio**: il segmento premium cresce in valore, Barolo e Brunello tra i più resilienti.
3. **Millennials e Gen Z preferiscono vini leggeri, freschi e varietà non convenzionali**: Albariño, Grüner Veltliner e bianchi aromatici guadagnano terreno.
4. **La sostenibilità è diventata requisito minimo** per accedere ai mercati internazionali premium, non più un semplice valore aggiunto.
5. **L’enoturismo si trasforma in esperienza significativa**: le cantine devono diventare destinazioni, con vendite dirette e margini superiori alla distribuzione.