

Cantina Kurtatsch segna il fatturato record nell'esercizio 2025/2026

scritto da Redazione Wine Meridian | 3 Settembre 2026



Cantina Kurtatsch annuncia i risultati dell'esercizio 2025/2026 registrando il fatturato più alto della propria storia, pari a 12,34 milioni di euro, con un aumento dell'11,08%. Questo successo deriva da una strategia orientata alla crescita del valore medio per bottiglia, al consolidamento dei mercati esteri, al rafforzamento della rete vendita italiana e a una rinnovata offerta enoturistica.

Fondata nel 1900 e oggi espressione di 190 famiglie socie, Cantina Kurtatsch chiude l'esercizio 2025/2026 con il fatturato più alto della sua storia, **pari a 12,34 milioni di euro, in crescita dell'11,08% rispetto all'anno precedente.**

Un risultato che la cantina interpreta non come un episodio isolato, ma come la conferma di una visione di lungo periodo. Negli ultimi anni Kurtatsch ha lavorato con continuità su alcuni assi chiave: una gamma più leggibile, una presenza commerciale più strutturata e un dialogo sempre più diretto con operatori, clienti e visitatori.

In uno scenario del vino sempre più selettivo, dove non basta essere presenti ma diventa decisivo essere riconoscibili, questo lavoro conferma la **forza di un progetto** fondato su territorio, continuità e capacità di relazione.

“È un risultato che ci rende orgogliosi, ma soprattutto conferma la direzione intrapresa negli ultimi anni”, commenta **Andreas Kofler, presidente di Cantina Kurtatsch**. “Per una cooperativa come la nostra, crescere non significa semplicemente aumentare i numeri, ma rafforzare il “progetto Kurtatsch”: dare valore al lavoro delle famiglie socie, rendere più chiara la nostra identità, costruire rapporti solidi sui diversi canali e far comprendere sempre meglio il legame tra vino, varietà, altitudine e paesaggio viticolo.”

Crescere in valore

Il dato economico si inserisce in una crescita che Cantina Kurtatsch legge prima di tutto in termini qualitativi. Non conta soltanto vendere di più, ma crescere nel modo giusto: rafforzando l'autorevolezza del marchio, consolidando le linee più identitarie e rendendo più chiara, per operatori e consumatori, la qualità della proposta.

In questa prospettiva rientra anche il **rapporto qualità-prezzo**, che oggi la cantina considera un elemento competitivo importante. In un contesto in cui le scelte sono più attente e selettive, Kurtatsch interpreta il valore come equilibrio tra qualità, origine, precisione stilistica e accessibilità coerente.

Negli ultimi cinque anni, il valore medio per bottiglia è cresciuto del 23,40%, confermando questa direzione insieme alla crescente incidenza delle linee più rappresentative della cantina. Tra queste, la linea **TERR0IR** esprime in modo particolare il lavoro sul rapporto tra varietà, altitudine e zona.

“La qualità di un vino nasce dalla precisione delle scelte”, sottolinea **Erwin Carli, enologo di Cantina Kurtatsch**. “Il nostro lavoro consiste nel comprendere dove ogni varietà può esprimersi al meglio, anche alla luce di condizioni climatiche in evoluzione, e nel tradurre questa relazione in vini capaci di raccontare con chiarezza la loro origine.”

Vendite: mercati esteri e rafforzamento in Italia

A sostenere la chiusura positiva dell'esercizio è stato anche il lavoro sulle vendite, condotto sia all'estero sia in Italia. Tutte le aree presidiate hanno registrato segnali di crescita, confermando la solidità di una strategia commerciale basata su continuità, selezione degli interlocutori e cura dei rapporti.

Sul fronte **export**, Cantina Kurtatsch ha continuato a rafforzare il proprio posizionamento nei Paesi principali, in particolare **Svizzera, Stati Uniti e Belgio**, sviluppando parallelamente nuove opportunità in aree considerate strategiche. Negli ultimi due anni sono stati acquisiti nuovi partner qualificati in **Svezia, Danimarca e Finlandia**, accanto a destinazioni oggi più contenute nei volumi ma con prospettive interessanti come **Messico, Brasile e Taiwan**.

“L'export non è una corsa ad aprire il maggior numero possibile di mercati”, spiega **Harald Cronst, Export & B2B-Marketing di Cantina Kurtatsch**. “Per noi significa scegliere partner in linea con il nostro progetto, costruire relazioni

solide e accompagnare i vini nei canali in cui possono essere compresi e valorizzati. La diversificazione è importante, ma deve restare coerente con il posizionamento della cantina.”

In Italia, Kurtatsch ha scelto di rafforzare la propria presenza commerciale attraverso l’inserimento di una nuova figura dedicata, **Brand Ambassador e Area Manager**, a supporto del responsabile vendite. Una scelta che conferma la volontà di presidiare il mercato nazionale con maggiore vicinanza e una più forte capacità di racconto.

“In Italia servono presenza, ascolto e continuità”, afferma il presidente **Kofler**. “Il rafforzamento della squadra commerciale ci permette di seguire meglio i clienti, supportare il lavoro degli operatori e comunicare con maggiore precisione il valore dei nostri vini.”

Enoturismo e relazione diretta

Il terzo asse di sviluppo riguarda l’enoturismo, che per Cantina Kurtatsch rappresenta sempre più un canale di incontro diretto con il pubblico. Accanto alla storica “Esplorazione Vitivinicola”, proposta da oltre dieci anni, la cantina ha ampliato la propria offerta con due nuove esperienze dal carattere più esclusivo, accolte positivamente e pensate per diversi pubblici, interessi e modalità di visita.

L’inserimento di una figura dedicata all’ospitalità conferma inoltre la volontà di rendere l’accoglienza una parte strutturale del progetto aziendale. Le visite in cantina diventano così non solo occasioni di degustazione, ma strumenti per comprendere da vicino ciò che definisce l’identità di Kurtatsch: il modello cooperativo, il forte dislivello altimetrico dei vigneti, la lettura delle diverse aree viticole e il legame tra vino e paesaggio.

Tra gli esercizi 2023/24 e 2025/26, **il numero complessivo di visitatori delle esperienze in cantina è aumentato del 23%**,

mentre il fatturato generato dalle attività enoturistiche è cresciuto del **41,97%**. Nello stesso periodo, le visite e degustazioni organizzate su richiesta hanno registrato un incremento del **63%** e le **Esplorazioni Vitivinicole straordinarie del 15%**. Risultati che riflettono il lavoro compiuto dalla cantina negli ultimi due anni e, al tempo stesso, la crescente domanda di formule personalizzate e flessibili.

Alla base di questa direzione resta la natura profondamente territoriale di Cantina Kurtatsch: **190 famiglie viticole, 190 ettari** distribuiti tra i **220 e i 900 metri di altitudine** e circa **700 metri di dislivello** all'interno dello stesso comune. Una complessità rara, che la cantina ha scelto di interpretare non come elemento da semplificare, ma come ricchezza da valorizzare.

In questa visione si inserisce anche il lavoro sulle **Unità Geografiche Aggiuntive**. Con **nove vini provenienti da otto UGA**, Cantina Kurtatsch rafforza una chiave di lettura precisa della propria geografia viticola: ogni vino nasce da una relazione concreta tra varietà, altitudine, suolo, microclima e area di origine.

“Il risultato di quest’anno conferma che la strada intrapresa è solida”, conclude **Andreas Kofler**. “Per una cooperativa come la nostra, crescere significa prima di tutto assumerci una responsabilità: dare futuro al lavoro delle famiglie socie, generare ricadute positive per il territorio e offrire un segnale di fiducia in un momento complesso per il vino. Il mercato cambia, i consumi evolvono, ma progetti fondati su identità, coerenza e valore possono continuare a essere rilevanti. Crediamo che la resilienza nasca proprio da qui: dalla capacità di restare fedeli alla propria identità, continuando ad evolvere.”

Punti chiave

1. **Fatturato record per la cooperativa altoatesina**, che raggiunge quota 12,34 milioni di euro con una crescita dell'11,08%.
2. **Valore per bottiglia incrementato del 23,40% in cinque anni** grazie alla precisa valorizzazione delle varietà territoriali e altimetriche.
3. **Espansione commerciale consolidata tramite nuovi partner** nei paesi scandinavi e il potenziamento mirato della rete di vendita in Italia.
4. **Successo dell'enoturismo confermato dall'aumento del 41,97%** dei ricavi specifici e da un afflusso di visitatori in decisa crescita.