

Vino italiano, il passaggio generazionale spinge ricavi e investimenti

scritto da Redazione Wine Meridian | 16 Ottobre 2026



Le aziende vitivinicole familiari che hanno completato il passaggio generazionale registrano ricavi superiori dell'8,8% e maggiori investimenti. Il rapporto TEHA Group «Visione Vino 2026» stima in 40,7 miliardi il valore della filiera, pari al 2,1% del PIL, e segnala 6,2 miliardi di bottiglie in giacenza, una frammentazione elevata e un'adozione ancora limitata dell'intelligenza artificiale.

Il passaggio generazionale non è soltanto una questione di continuità per le imprese del vino, ma una vera leva di crescita. Le aziende vitivinicole familiari che hanno già completato il ricambio generazionale registrano, infatti, **ricavi superiori dell'8,8% e investimenti oltre il**

18%*. Secondo il Rapporto Strategico “Visione Vino 2026 – Radici profonde, sguardo lontano”, presentato oggi al Teatro Valentino Garavani di Voghera durante il Forum conclusivo della Community Visione Vino (I edizione) di TEHA Group, nel 2025 il **30,4%** delle aziende familiari del settore ha già affrontato e risolto il passaggio generazionale, mentre per il **39,2%** il processo è ancora in corso.

La produzione vinicola ormai è in mano ai giovani

Il 65% del patrimonio del comparto vinicolo è in mano alle famiglie – la quota sale all’81,5% includendo le cooperative – ma rispetto al settore agricolo gli imprenditori del vino sono sempre più giovani: l’età media è di **45 anni**, 15 in meno rispetto ai 60 anni delle imprese agricole italiane. *“Il ricambio generazionale – ha sottolineato **Benedetta Brioschi, Partner e Responsabile Food&Retail di TEHA Group dal palco del teatro Garavani di Voghera** – può diventare una grande occasione per rafforzare le imprese del vino, ma deve accompagnarsi a un salto di scala dell’intera filiera. Un sistema composto quasi interamente da piccole imprese rischia di avere meno risorse per investire, innovare e presidiare con continuità i mercati internazionali. Per vincere all’estero occorre fare sistema, aumentando contemporaneamente dimensione competitiva e riconoscibilità del vino italiano”.*

La filiera del vino vale 40,7 miliardi di euro, il 2,1% del PIL

Per la prima volta la Community Visione Vino ha ricostruito il perimetro della **filiera vitivinicola estesa**, considerando non soltanto agricoltura e trasformazione, ma anche i servizi di supporto alle imprese, l’intermediazione, la distribuzione e la ristorazione. Nel 2025 il settore vitivinicolo in senso stretto genera 16,5 miliardi di euro di fatturato, cui si aggiungono 20,3 miliardi prodotti dalle attività collegate,

portando il giro d'affari della filiera estesa a 36,8 miliardi di euro. Il valore aggiunto generato direttamente raggiunge 15,1 miliardi, ma considerando anche gli effetti indiretti e indotti sulle filiere a monte e a valle il contributo complessivamente sostenuto sale a **40,7 miliardi di euro, pari al 2,1% del PIL italiano**. Oltre il 10% del valore aggiunto sostenuto dalla filiera agroalimentare estesa italiana è riconducibile al vino. Il comparto può contare su 241 mila aziende agricole, oltre 1.500 imprese industriali e 681 mila ettari vitati, distribuiti in tutte le Regioni italiane. Nel 2025 – si legge dal rapporto strategico TEHA – la produzione ha raggiunto 44 milioni di ettolitri, mentre le esportazioni valgono **7,8 miliardi di euro**, pari al 47% del fatturato del settore.

A giugno 2026 6,2 mld di bottiglie in giacenza nelle cantine

Oggi le giacenze nelle cantine italiane hanno raggiunto 46,5 milioni di ettolitri, equivalenti a circa 6,2 miliardi di bottiglie, con un aumento del 6,7% rispetto al 2025. Oltre l'80% delle scorte è costituito da vini certificati DOP e IGP. Nello stesso periodo, il prezzo medio del vino italiano è diminuito del 10% su base annua, mentre le quotazioni dei vini DOP sono scese del 7%, a 1,57 euro al litro. *“Si tratta – ha aggiunto **Benedetta Brioschi** – di un disallineamento tra volumi disponibili e capacità di assorbimento della domanda che rischia di trasferire la pressione economica lungo tutta la filiera fino alla componente agricola. Per questo l'internazionalizzazione assume un ruolo centrale: non soltanto per aumentare i volumi venduti, ma per accrescere il valore generato dal vino italiano”*.

Il 95% è piccola impresa: aggregarsi per

competere

A condizionare la competitività del vino italiano è anche la forte frammentazione del tessuto produttivo. Il 94,9% delle imprese vitivinicole italiane è di piccole dimensioni e genera il 48,8% del fatturato del settore; le medie imprese rappresentano appena il 4,8% ma producono il 43,9% del giro d'affari, mentre le grandi aziende sono soltanto lo 0,3% del totale. I lavori della Community Visione Vino di TEHA hanno individuato proprio nel consolidamento dimensionale delle imprese e nel passaggio generazionale due leve strettamente collegate: favorire reti e alleanze, accompagnare le successioni aziendali e rafforzare competenze manageriali, finanziarie e commerciali può consentire alle imprese di sostenere maggiori investimenti e affrontare con maggiore forza i mercati internazionali, preservando al tempo stesso quel radicamento territoriale che costituisce una delle principali distintività del vino italiano.

Vino e IA: solo 3 cantine su 10 la usano, consumatori più “avanti”

I produttori vitivinicoli italiani rischiano di arrivare in ritardo alla sfida dell'Intelligenza Artificiale: solo 3 cantine su 10 la utilizzano o la stanno sperimentando e quasi una su due, il 49%, non ne fa ancora uso. I consumatori, invece, sembrano già più avanti: il 40% di chi utilizza strumenti digitali legati al vino ricorre già all'IA o si dichiara molto propenso a usarla per pianificare, organizzare e prenotare esperienze enoturistiche. Tra le aziende vitivinicole che hanno già adottato soluzioni di Intelligenza Artificiale, l'utilizzo è oggi concentrato soprattutto nel marketing e nella comunicazione (50,7%) e il 35,6% nell'analisi dei dati di vendita. Seguono la promozione enoturistica (16,4%), la previsione della domanda, con il 13,7%, e la gestione dell'export, all'11%. Solo l'8,2% la utilizza nell'agricoltura di precisione e appena il 4,1% nel

monitoraggio climatico. Dall'altra parte, i consumatori mostrano una propensione già elevata all'utilizzo delle nuove tecnologie: quasi la metà, il 48,6%, utilizza almeno occasionalmente strumenti digitali legati al vino, soprattutto per cercare informazioni e recensioni (53,1%), per scoprire nuovi vini e produttori (43,2%), e per acquistare online (28,7%).

Punti chiave

1. **Ricavi +8,8% e investimenti oltre il 18%** per le aziende familiari che hanno completato il ricambio generazionale.
2. **Filiera da 40,7 miliardi:** il vino sostiene il 2,1% del PIL italiano, con 7,8 miliardi di export.
3. **Giacenze a 46,5 milioni di ettolitri:** equivalgono a 6,2 miliardi di bottiglie, mentre il prezzo medio scende del 10%.
4. **Il 94,9% delle imprese è di piccole dimensioni:** aggregazioni e reti consentono più investimenti e maggiore forza sui mercati esteri.
5. **IA in 3 cantine su 10:** il 40% degli utenti digitali del vino la usa o è molto propenso.