Vino italiano: meno consumi in volume, più qualità e valore nel 2025-2026

scritto da Redazione Wine Meridian | 17 Dicembre 2025



Il mercato del vino italiano evolve verso la qualità: diminuiscono i volumi ma cresce il valore. L'analisi Vinarius 2025-2026 evidenzia premiumizzazione, ascesa di vini leggeri e bianchi, sostenibilità concreta e modelli DTC. I mercati extra-UE trainano la domanda premium, mentre il riconoscimento UNESCO della cucina italiana rafforza il binomio vino-territorio.

Il mercato del vino italiano sta attraversando una fase di profonda trasformazione

Il mercato del vino italiano sta attraversando una fase di profonda trasformazione, in cui diminuiscono i consumi in

volume ma cresce il valore complessivo. È quanto emerge dall'analisi sui Trend del Vino 2025–2026 realizzata da Vinarius – Associazione delle Enoteche Italiane, sulla base dei dati raccolti dalla propria rete di enoteche su tutto il territorio nazionale.

"I dati raccolti dalle enoteche Vinarius raccontano un consumatore più consapevole, curioso e selettivo – commenta il presidente Giuliano Rossi – che chiede qualità e trasparenza. Le enoteche si confermano osservatori privilegiati e punti di riferimento culturali per intercettare e interpretare l'evoluzione del mercato del vino".

Al centro dello scenario futuro si conferma il processo di premiumizzazione: **i consumatori acquistano meno bottiglie, ma scelgono vini di maggiore qualità, fortemente identitari e legati al territorio.** Le denominazioni non sono più percepite come semplici sigle, ma come sistemi narrativi che valorizzano storia, zonazioni, vitigni e unicità produttive.

Accanto ai grandi rossi tradizionali, continua a crescere l'interesse per vini bianchi, rosati e spumanti, in particolare Metodo Classico, caratterizzati da freschezza e versatilità gastronomica. Parallelamente **si registra l'ascesa dei vini leggeri e a basso contenuto alcolico, spinta soprattutto dalle nuove generazioni,** sempre più attente a moderazione e bevibilità.

Un altro tema centrale è la sostenibilità, che entra in una fase di maturità: secondo Vinarius **il mercato premia approcci concreti e misurabili, basati su certificazioni, tracciabilità e packaging sostenibili,** mentre perde sempre più efficacia il semplice green washing.

Dal punto di vista dei canali, si rafforza il modello DTC (Direct to Consumer) integrato con l'enoturismo: **vendite dirette, esperienze in cantina, wine club e contenuti digitali diventano strumenti fondamentali per costruire relazioni**

durature con il consumatore finale. Il mercato italiano appare sempre più polarizzato: i vini premium dimostrano una buona tenuta, mentre le fasce base sono chiamate a rinnovare linguaggi, posizionamento e comunicazione.

A livello industriale, Vinarius osserva un consolidamento dei grandi gruppi, sempre più forti anche sui mercati esteri, accanto alla crescita di micro-nicchie ad alto valore, spesso legate a produzioni artigianali e fortemente territoriali. Sul fronte internazionale, **sono soprattutto i mercati extra-UE – Stati Uniti, Canada, Corea del Sud e Giappone – a trainare la domanda di vini premium italiani.**

"L'analisi Vinarius sui Trend del Vino 2025–2026 – conclude Rossi – restituisce l'immagine di un settore in evoluzione, chiamato a ripensare modelli produttivi, commerciali e comunicativi. In questo contesto si inserisce anche **il recente riconoscimento della cucina italiana come Patrimonio culturale immateriale dell'Umanità UNESCO,** un traguardo di straordinaria rilevanza che premia la cultura, la storicità e il valore identitario del nostro Paese. Un riconoscimento che rafforza il legame profondo tra vino, gastronomia e territorio, confermando il ruolo centrale del vino italiano come parte integrante di un patrimonio culturale condiviso e riconosciuto a livello internazionale".

Punti chiave

1. **Premiumizzazione del mercato:** i consumatori acquistano meno bottiglie ma di qualità superiore e territoriali.
2. **Vini leggeri e a basso contenuto alcolico in crescita**, trainati dalle nuove generazioni attente alla moderazione.
3. **Sostenibilità concreta premia certificazioni e tracciabilità**, mentre il greenwashing perde efficacia

sul mercato.

4. **Modello DTC ed enoturismo diventano strumenti fondamentali** per relazioni durature con i consumatori finali.
5. **Mercati extra-UE** (USA, Canada, Corea, Giappone) guidano la domanda di vini premium italiani.