vinetur

I prezzi del vino in Italia sono scesi del 2,3% a settembre nonostante l’accelerazione dell’inflazione

Istat ha rilevato che i prezzi al consumo sono aumentati del 4,2% rispetto a un anno prima, lasciando le cantine strette tra una domanda più debole e costi più alti.

giovedì 1 ottobre 2026



I prezzi al consumo in Italia sono aumentati nettamente a settembre, mentre i prezzi al dettaglio del vino hanno continuato a scendere, acuendo la pressione sulle cantine già alle prese con una domanda più debole e costi operativi più elevati.

I dati preliminari sull'inflazione diffusi da Istat, l'istituto nazionale di statistica, hanno mostrato che l'indice nazionale dei prezzi al consumo è salito dello 0,7% rispetto ad agosto e del 4,2% rispetto a settembre 2025. Si tratta di una chiara accelerazione rispetto al tasso annuo del 3,3% registrato ad agosto.

Nello stesso periodo, il vino si è mosso nella direzione opposta. Secondo le stesse stime preliminari citate da Unione Italiana Vini, o UIV, i prezzi del vino sono scesi dello 0,3% rispetto ad agosto e del 2,3% su base annua.

UIV, l'associazione italiana del settore vinicolo, ha affermato che il divario tra l'inflazione generale dei consumi e il calo dei prezzi del vino è diventato un serio campanello d'allarme per il comparto. In una nota pubblicata giovedì, il gruppo ha detto che la tendenza aumenta il rischio di deflazione nel vino a livello retail, il che significa che i produttori sono costretti a vendere in un mercato in cui i prezzi sugli scaffali scendono mentre molti costi continuano a salire.

L'aumento complessivo dell'inflazione a settembre è stato trainato soprattutto dalle componenti energia e alimentari, secondo i dati preliminari di Istat. I prezzi dell'energia regolamentata sono accelerati al 25,9% su base annua dal 18,6% di agosto, mentre l'energia non regolamentata è salita al 22,2% dal 17,0%. Anche gli alimenti non lavorati hanno registrato un incremento, salendo del 5,5% dopo il +3,8% del mese precedente.

Sono diventate più costose anche altre voci della spesa delle famiglie. I prezzi dei servizi ricreativi, culturali e per la cura della persona sono aumentati del 2,9% su base annua, rispetto al 2,6% di agosto. I servizi legati ai trasporti sono saliti dell'1,6%, contro lo 0,8% del mese precedente.

In questo contesto, il calo dei prezzi del vino spicca perché segnala un settore che non sta trasferendo ai consumatori i costi più elevati. UIV ha detto che le cantine italiane stanno vedendo i ricavi sotto pressione per i prezzi più bassi e per gli effetti persistenti di consumi più deboli, che pesano anche sui volumi.

L’associazione ha descritto la situazione come potenzialmente destabilizzante per l’industria del vino. Ha affermato che la combinazione di cali dei prezzi e domanda più debole potrebbe comprimere i margini lungo tutta la filiera e aumentare il rischio di contrazione del settore. UIV ha anche chiesto un intervento delle istituzioni pubbliche per evitare un ulteriore deterioramento, avvertendo del possibile rischio di perdita di posti di lavoro e di abbandono dei terreni agricoli se le condizioni dovessero peggiorare.

I dati di settembre si aggiungono a un andamento che, secondo l’associazione, si sta consolidando da mesi. Mentre l’inflazione è tornata al centro del dibattito economico italiano, il vino ha continuato a perdere valore sugli scaffali dei negozi. Per i produttori, questo crea un contesto difficile: lavoro, energia, logistica, imballaggi e input agricoli possono restare sotto pressione, ma il prezzo finale di vendita non riflette tali aumenti.

Questa divergenza è particolarmente importante in un Paese in cui il vino è un prodotto agricolo ed esportativo di primo piano, e dove molti produttori sono piccole o medie imprese con margini limitati per assorbire a lungo una compressione dei margini. Un calo dei prezzi sugli scaffali può sostenere i consumatori nel breve periodo, ma se persiste mentre i costi restano elevati, i produttori potrebbero dover tagliare gli investimenti, ridurre la produzione o rivedere le strategie di prezzo e promozione.

La dinamica conta anche oltre il vino. Nel mercato più ampio delle bevande, un prolungato periodo di prezzi del vino in calo potrebbe intensificare la concorrenza nel retail e mettere sotto pressione le decisioni commerciali in categorie come birra, spirits e altre bevande. Se una grande categoria continua a fare sconti mentre i costi degli input restano alti, ciò può influire su margini, promozioni e posizionamento dei marchi in tutto il settore, anche se l’impatto complessivo non è ancora chiaro.

L’avvertimento di UIV arriva in un momento in cui molti produttori europei di bevande stanno cercando di bilanciare l’inflazione dei costi con una spesa dei consumatori prudente. In questo contesto, i dati italiani suggeriscono che il vino potrebbe entrare in una fase diversa rispetto al resto del paniere dei consumi, con prezzi in calo invece che in aumento.

La nota dell’associazione si basa sulle stime preliminari di settembre di Istat, che offrono una prima lettura delle tendenze inflazionistiche prima della pubblicazione dei dati definitivi. Anche così, il contrasto nei numeri attuali è netto: i prezzi al consumo in Italia stanno tornando a salire più rapidamente, ma il vino sta diventando più economico. Per le cantine, questo significa che il consueto racconto dell’inflazione non vale allo stesso modo per uno dei settori beverage più importanti del Paese.