vinetur

I consumatori italiani mostrano un interesse crescente per il vino sostenibile, secondo uno studio Nomisma

Secondo lo studio, il 18% prevede di aumentare gli acquisti entro 12 mesi, offrendo ai produttori più margine per difendere i prezzi delle bottiglie certificate

mercoledì 11 novembre 2026



I consumatori italiani mostrano un interesse crescente per il vino sostenibile e una maggiore disponibilità a pagare di più per acquistarlo, secondo l'ultimo studio Wine Monitor di Nomisma, realizzato con Valoritalia e presentato martedì 10 novembre.

La ricerca indica che la sostenibilità è diventata un fattore più importante negli acquisti alimentari in Italia, anche se il prezzo continua a guidare le decisioni di acquisto. Nomisma ha rilevato che l'83% degli intervistati considera il prezzo un criterio importante nella scelta dei prodotti alimentari, seguito dall'origine italiana (74%) e dalla sostenibilità (68%). Il peso attribuito alla sostenibilità è aumentato di 13 punti percentuali dal 2020.

Nel settore del vino, questa tendenza sembra guadagnare terreno. Secondo Nomisma, il 12% dei consumatori acquista oggi vino sostenibile, 2 punti percentuali in più rispetto al 2025. La ricerca ha inoltre rilevato che il 27% dei consumatori controlla in etichetta la presenza di un logo biologico o di sostenibilità al momento dell'acquisto.

Il dato è rilevante per il settore vinicolo perché indica che stanno cambiando non solo i valori dei consumatori, ma anche i loro comportamenti di spesa. Produttori e distributori potrebbero avere più margine per difendere i prezzi delle etichette certificate e investire nelle certificazioni di sostenibilità, mentre i risultati più deboli di alcune categorie di fascia bassa potrebbero spingere parte del settore a riconsiderare prezzi, certificazioni e assortimento.

Nomisma ha rilevato che il 18% degli intervistati prevede di aumentare gli acquisti di vino sostenibile entro 12 mesi, mentre il 5% pensa di ridurli. Lo studio ha anche evidenziato una minore resistenza ai rincari. Circa il 9% degli intervistati ha dichiarato di essere disposto a spendere il 10% in più per un vino sostenibile. Un altro 36% sarebbe disposto a pagare di più, ma non oltre il 10%, mentre il 31% accetterebbe un sovrapprezzo fino al 5%. Un gruppo pari al 25% degli intervistati ha dichiarato che non pagherebbe nulla in più.

Denis Pantini, analista di Nomisma e autore dello studio, ha affermato che l'attenzione dei consumatori alla sostenibilità resta elevata in un mercato del vino incerto e si estende oltre la bottiglia, fino al produttore e al territorio in cui il vino viene realizzato. Secondo lo studio, lo stesso interesse riguarda anche l'enoturismo: due italiani su tre

considerano importante la sostenibilità nella scelta di una destinazione per le vacanze.

L’idea di vino sostenibile dei consumatori è legata innanzitutto alle pratiche in vigneto. Nomisma ha rilevato che gli acquirenti attribuiscono valore all’assenza di erbicidi e alla limitazione dell’uso di prodotti fitosanitari. Ma dall’indagine emerge che l’attenzione non si ferma ai metodi di coltivazione: gli intervistati considerano importante anche che le cantine riducano i rifiuti, il consumo di energia e quello di acqua.

Questi risultati si inseriscono in un mercato che continua a essere sotto pressione in termini di volumi. Valoritalia, che certifica i vini a denominazione di origine protetta, ha riferito che i volumi di vino imbottigliato in Italia sono diminuiti del 3% su base annua tra gennaio e settembre 2026, attestandosi a 9,86 milioni di ettolitri.

Il calo non è stato uniforme tra le diverse categorie. Secondo i dati citati nello studio, i vini DOC hanno limitato la flessione allo 0,5%, mentre quelli DOCG hanno registrato un calo dello 0,2%; entrambe le categorie sono tornate a crescere nel terzo trimestre. I vini IGT, al contrario, hanno segnato una flessione molto più marcata, pari al 13% nei primi nove mesi del 2026. Tra luglio e settembre, il calo degli imbottigliamenti IGT si è ampliato al 18,9%.

Questi dati suggeriscono che la domanda regge meglio per i vini con un posizionamento qualitativo più forte e garanzie di origine più chiare, mentre la debolezza è più evidente alla base della piramide qualitativa. Per le aziende del settore delle bevande legate al vino, questa tendenza potrebbe influenzare la gestione delle gamme di fascia d’ingresso e intermedia, soprattutto se i consumatori continueranno a premiare le etichette che abbinano una qualità percepita a dichiarazioni di carattere ambientale.

Lo studio segnala inoltre un ruolo crescente per i consorzi italiani di tutela del vino, che rappresentano e difendono le denominazioni. Secondo Nomisma, i consumatori li considerano affidabili e credibili. Il loro ruolo dovrebbe ampliarsi ulteriormente in base al Regolamento UE 2024/1143, che assegna loro la responsabilità di promuovere e coordinare iniziative volte a migliorare le prestazioni ambientali, sociali ed economiche delle filiere vinicole.

In base a questo quadro normativo, i consorzi possono concordare pratiche sostenibili, compresi standard che vanno oltre gli obblighi di legge vigenti, e incoraggiare i produttori ad adottarle. Se tali pratiche diventano obbligatorie per tutti i produttori di una denominazione, devono essere inserite nei disciplinari di produzione. Il regolamento consente inoltre ai consorzi di predisporre e aggiornare report volontari sulla sostenibilità basati su informazioni verificabili e di svolgere attività di informazione, formazione e sensibilizzazione.

Secondo l’indagine, tutti i consorzi coinvolti hanno già avviato o intendono avviare entro 12 mesi un processo di coordinamento con gli attori locali, come le autorità pubbliche e gli operatori turistici. Si considerano punti di riferimento per il coordinamento di queste iniziative. Tra le azioni ritenute più importanti da inserire nei disciplinari di produzione figurano le misure ambientali relative alla salute delle piante, al suolo e alla biodiversità, insieme a codici etici e iniziative per l’occupazione e lo sviluppo locale.