vinetur

Il rapporto Golden Vines: gli acquirenti di vini di pregio sono più selettivi

Il 52% degli intervistati segnala acquisti più selettivi: i consumatori privilegiano qualità, autenticità e valore rispetto allo status

venerdì 20 novembre 2026



Secondo il 2026 Golden Vines Report, uno studio basato su un sondaggio tra i membri della Golden Vines Academy, gli acquirenti di vini di pregio e distillati rari stanno diventando più selettivi e attribuiscono maggiore importanza a qualità, autenticità e

valore che allo status. Il rapporto indica un cambiamento generalizzato nel modo in cui vengono acquistate e vendute le bottiglie di fascia alta.

Il rapporto descrive questo cambiamento come una svolta fondamentale. Tra gli intervistati, il 52% ha indicato una maggiore selettività negli acquisti come il cambiamento più evidente nel comportamento dei compratori. Un altro 40% ritiene che il mercato stia attraversando un necessario riequilibrio dopo anni di eccessi e prezzi non adeguati, mentre il 28% afferma che potrebbe subire ulteriori flessioni se il settore non si adeguerà alle mutevoli aspettative dei consumatori.

Al centro di questo cambiamento c'è la tendenza ad acquistare meno bottiglie, concentrandosi maggiormente su ciò che i consumatori desiderano davvero bere. Secondo il rapporto, gli acquirenti attribuiscono più importanza alla qualità del vino o del distillato e all'esperienza del consumo, anziché considerare l'acquisto soprattutto un simbolo di ricchezza o prestigio.

Lewis Chester, cofondatore e amministratore delegato di Liquid Icons, l'organizzatore di Golden Vines, ha dichiarato che i risultati mostrano un settore in profonda trasformazione. Ha aggiunto che la tendenza a bere meno ma meglio riflette un crescente interesse per l'autenticità e per l'esperienza di degustare il vino.

Il rapporto suggerisce che stanno cambiando anche le motivazioni d'acquisto. Il 27% degli intervistati ha affermato che i consumatori si stanno allontanando dagli acquisti dettati da investimenti o status per orientarsi verso bottiglie da consumare nel breve periodo. Secondo il rapporto, la tendenza è particolarmente evidente tra gli acquirenti più giovani, per i quali acquistare vino da conservare a lungo sta diventando un'attività più di nicchia.

Uno degli avvertimenti più netti del rapporto riguarda l'en primeur, il sistema consolidato da tempo in cui il vino viene venduto prima dell'imbottigliamento e della commercializzazione. Solo il 2% degli intervistati ritiene che il sistema possa riprendersi senza cambiamenti sostanziali. Al tempo stesso, il 31% lo considera commercialmente superato e il 37% afferma che deve essere modernizzato.

Il dato è rilevante anche al di fuori del mercato dei collezionisti, poiché le vendite anticipate sono da tempo uno strumento commerciale importante per cantine, commercianti e distributori, soprattutto nelle regioni che dipendono dalle assegnazioni anticipate e dalle offerte assimilabili ai futures. Se l'interesse degli acquirenti per questo modello continuerà a diminuire, produttori e venditori potrebbero dover rivedere prezzi, strategie di commercializzazione e modalità di comunicazione del valore ai clienti.

Il rapporto mostra inoltre che la fiducia varia ancora sensibilmente tra le diverse regioni vinicole. Borgogna e Champagne sono state indicate come le aree che godono della maggiore fiducia nel lungo periodo, mentre Bordeaux è tornata al terzo posto. La classifica suggerisce che, anche in un mercato in trasformazione, le regioni consolidate, forti di marchi riconosciuti e di un'identità chiara, continuano a godere della fiducia degli acquirenti.

Al contempo, gli intervistati hanno indicato diverse aree in crescita. La Spagna è stata citata dal 15% degli intervistati, mentre Portogallo e Piemonte sono stati menzionati entrambi dall'8%. Anche il Sudafrica è stato indicato come una regione che attira maggiore attenzione. Le risposte suggeriscono che gli acquirenti potrebbero ampliare il proprio interesse oltre i centri più tradizionali del commercio di vini di pregio, soprattutto quando trovano un valore più elevato o una storia più distintiva legata alla bottiglia.

Per il settore delle bevande, il sondaggio offre un'indicazione sulla domanda in un momento in cui molti produttori e commercianti cercano di capire quanto il recente rallentamento sia ciclico e quanto rifletta un cambiamento più profondo nelle priorità dei consumatori. Un mercato che premia gli acquisti ponderati, il consumo nel breve periodo e il valore percepito potrebbe favorire cantine e marchi di distillati capaci di costruire un rapporto di fiducia diretto con gli acquirenti, mettendo invece sotto pressione chi fa ancora affidamento sulla scarsità, su prezzi legati al prestigio o su modalità di vendita tradizionali.

Chester ha affermato che i risultati indicano anche opportunità per produttori e marchi disposti ad adattarsi. Ha aggiunto che i legami autentici con i consumatori, sostenuti da una narrazione chiara, dalla provenienza e dal valore, avranno probabilmente un ruolo sempre più importante nel plasmare il mercato.

Nel complesso, il sondaggio delinea un mercato dei vini di pregio e dei distillati rari che non si sta semplicemente contraendo, ma sta cambiando natura. Gli acquirenti sembrano ancora disposti a spendere per bottiglie di alto livello, ma il rapporto suggerisce che lo fanno con maggiore cautela e attenzione, e con un’idea più chiara di ciò che cercano nell’acquisto.