vinetur

I vignaioli indipendenti italiani chiedono un confronto ampio sui ricarichi del vino nei ristoranti

Secondo la FIVI, quasi il 50% dei ricavi degli associati proviene dal canale Horeca: abbassare i prezzi non basta a rilanciare la domanda

domenica 22 novembre 2026



I vignaioli indipendenti italiani chiedono un confronto ampio tra gli operatori del settore sui prezzi del vino nei ristoranti. A loro avviso, ridurre i ricarichi non basta a risolvere il calo dei consumi, ma la questione è diventata troppo importante per essere ignorata.

In un’intervista pubblicata sabato 21 novembre, Rita Babini, presidente della FIVI, la Federazione Italiana Vignaioli Indipendenti, ha detto che produttori, distributori e ristoratori devono collaborare sui prezzi e sui margini lungo tutta la filiera. Le sue dichiarazioni sono arrivate in occasione del ritorno a Bologna del mercato dei vini FIVI, da sabato 21 a lunedì 23 novembre, con oltre 1.000 produttori riuniti per la 15ª edizione.

Babini ha detto che il settore vitivinicolo opera in un contesto difficile, segnato dall’aumento dei costi di produzione, dall’instabilità geopolitica e da consumatori più prudenti nelle spese. I vignaioli indipendenti, ha spiegato, hanno avvertito l’aumento dei costi delle materie prime in ogni fase della produzione, dagli input agricoli al packaging, mentre il prezzo finale a scaffale o in carta dei vini è influenzato anche dai ricarichi della distribuzione e della vendita al dettaglio.

«La questione è complessa e non va affrontata in modo semplicistico», ha detto Babini, secondo quanto riportato nell’intervista. Ha sostenuto che la ristorazione è troppo importante per i produttori perché il dibattito si riduca a una disputa sull’eccessiva entità dei ricarichi sul vino. Babini ha affermato che quasi il 50% dei canali commerciali dei vignaioli indipendenti è legato al canale Horeca, che comprende hotel, ristoranti e caffè.

La questione è quindi particolarmente importante anche per il settore delle bevande nel suo complesso. Per le piccole cantine, la ristorazione rappresenta un importante canale di commercializzazione e il prezzo finale pagato dai clienti può influire sia sulla domanda sia sui ricavi che arrivano ai produttori. Se il vino diventa meno accessibile al ristorante, le vendite potrebbero risentirne in un canale che resta centrale per la visibilità e la tenuta economica di molti marchi più piccoli.

Babini ha detto che è nell’interesse dell’intera filiera fare in modo che i consumatori siano «nelle condizioni migliori» per scoprire, apprezzare e acquistare il vino. Alla domanda se i ristoranti dovrebbero rivedere le proprie politiche di prezzo, soprattutto per le bottiglie di fascia bassa e media, in un momento in cui i clienti prestano maggiore attenzione alle spese, ha nuovamente respinto l’idea di una risposta valida per tutti.

Ha spiegato che i ricarichi applicati da ristoranti, enoteche e wine bar dipendono dalle condizioni locali, tra cui affitti, costo del lavoro, clientela e struttura del mercato, che possono variare molto da una città all'altra e ancor più tra aree urbane e provinciali. Per questo, ha detto, probabilmente non esiste un ricarico universalmente «giusto». Ha invece chiesto un confronto a 360 gradi tra tutte le componenti della filiera, per individuare soluzioni che contribuiscano a rilanciare i consumi e ampliare la domanda.

Le dichiarazioni riflettono una preoccupazione più ampia nel commercio vinicolo italiano per il rapporto tra prezzi finali e rallentamento della domanda. I produttori indipendenti sono particolarmente esposti perché spesso operano su scala ridotta e dipendono fortemente dalla distribuzione specializzata, dalla vendita diretta e dalla ristorazione per posizionare i propri vini.

Babini ha inoltre detto che di recente la FIVI ha ottenuto un maggiore riconoscimento istituzionale. Ha citato l'ingresso di un rappresentante dei vignaioli indipendenti nel Comitato nazionale vini DOP e IGP, organismo che contribuisce a definire le politiche del settore. Ha descritto questo passaggio come il primo riconoscimento formale, nella legislazione italiana, della categoria dei vignaioli indipendenti, un risultato perseguito da tempo dalla FIVI.

Secondo Babini, l'organizzazione attende ora una modifica al decreto di nomina del Comitato, dopo la quale intende presentare direttamente le proprie posizioni sui temi in discussione. Ha detto che il riconoscimento è importante perché la FIVI rappresenta aziende vitivinicole verticalmente integrate, che gestiscono ogni fase della produzione, dalla vigna alla bottiglia.

Accanto al dibattito sui prezzi nei ristoranti, Babini ha sostenuto che la vendita diretta in cantina e quella attraverso la ristorazione andrebbero considerate canali complementari, non concorrenti. Citando i dati raccolti con Nomisma Wine Monitor, ha detto che quasi il 50% dei ricavi dei vignaioli indipendenti proviene dal canale Horeca e circa il 21% dalla vendita diretta. A suo avviso, chi scopre un vino in cantina o a una fiera può poi cercare la stessa etichetta in un bar, in un ristorante o in un'enoteca.

Ha detto che l’obiettivo è fare in modo che ogni vino trovi il contesto adatto e venga presentato in modo da spiegarne la personalità. Questo, ha aggiunto, rende ancora più importanti i rapporti diretti tra vignaioli e operatori della ristorazione.

Babini ha citato anche una ricerca di Nomisma Wine Monitor secondo cui i produttori indipendenti occupano una posizione relativamente forte nel mercato della ristorazione. Ha detto che il 44% degli operatori Horeca intervistati conosce bene la FIVI, mentre un altro 26% ne ha sentito parlare. Tra quanti non conoscono la FIVI, ha aggiunto, più di uno su tre si è detto interessato a saperne di più o a inserire nella propria offerta i vini degli associati.

Ha detto che il marchio FIVI è strettamente associato all’identità territoriale, all’artigianalità, alla qualità e all’autenticità. Secondo i dati da lei citati, il 68% degli intervistati associa la figura del vignaiolo alla produzione artigianale, il 64% a una forte identità personale e il 63% all’attenzione per la qualità anziché per la quantità. Ha inoltre detto che il 91% degli intervistati ritiene che i vini dei vignaioli indipendenti rispecchino davvero i valori che dichiarano, l’84% li considera chiaramente distinti da quelli prodotti industrialmente e il 78% afferma che offrirli migliora l’immagine della propria attività.

Babini ha indicato anche l’enoturismo come una fonte di reddito in crescita per i produttori più piccoli. Ha detto che, nelle aziende che lo propongono, l’enoturismo rappresenta in media il 14% dei ricavi e che il 56% di queste attività ha registrato un aumento delle entrate legate all’enoturismo negli ultimi due o tre anni. Più dell’80% degli associati FIVI offre servizi per gli enoturisti, in particolare visite guidate e degustazioni, ha detto, e oltre il 40% dei visitatori annuali delle loro cantine proviene dall’estero.

L’evento di Bologna si svolge in un momento in cui i produttori di vino italiani cercano di conciliare l’aumento dei costi con il rallentamento della domanda e di rafforzare i rapporti con i ristoranti e gli altri canali commerciali. Le dichiarazioni di Babini suggeriscono che, per i vignaioli indipendenti, il dibattito sui prezzi riguarda meno la fissazione di un tetto uniforme ai margini della ristorazione e più la salvaguardia di una struttura di mercato in cui i consumatori possano ancora permettersi di ordinare vino e i piccoli produttori ottenere un reddito sostenibile.