

I dati sul vino italiano diventano un'arma strategica: le lezioni dell'Annual Report Valoritalia 2026

2026-06-17 17:16:07 di Alice Iadecola

URL:<https://redazione.forbes.it/2026/06/17/i-dati-sul-vino-italiano-diventano-unarma-strategica-le-lezioni-dellannual-report-valoritalia-2026/>

C'è un momento in cui i numeri smettono di essere semplici cifre e diventano bussola. È quello che ha cercato di fare Valoritalia presentando, nella cornice dell'Hotel Sina Bernini Bristol di Roma, il suo Annual Report 2026: non uno sguardo nostalgico su un anno difficile, ma uno strumento per orientarsi in un mercato che cambia più in fretta di quanto le imprese riescano ad adattarsi. Il vino italiano resta un patrimonio straordinario, ma il ciclo di crescita post-pandemico si è chiuso e ora bisogna fare i conti con la realtà. Ad aprire i lavori è stato **Francesco Liantonio**, Presidente di Valoritalia, che ha voluto dare voce al Ministro dell'Agricoltura **Francesco Lollobrigida** leggendone il messaggio di saluto: “Oggi l'agricoltura italiana è tornata finalmente protagonista: siamo la prima economia agricola d'Europa per valore aggiunto — oltre 44 miliardi di euro — e primo produttore mondiale di vino, con un export che nel 2025 ha toccato i 7,8 miliardi e detiene il record di ben 520 vini di origine certificata. Si tratta di prodotti unici, in grado di raccontare la ricchezza dei nostri territori e della nostra cultura millenaria, autentici ambasciatori del Made in Italy nel mondo. Il riconoscimento della Cucina Italiana come patrimonio immateriale dell'Unesco testimonia lo straordinario interesse per la nostra qualità, le nostre tradizioni e il nostro modo di vivere e stare insieme.” Parole che suonano come una premessa necessaria: il vino italiano parte da una posizione di forza. La domanda è come mantenerla.

Un 2025 di assestamento

Dopo anni di slancio, il 2025 ha segnato una frenata: gli imbottigliamenti complessivi certificati da Valoritalia hanno registrato una contrazione del **2,1%** rispetto al 2024. Non una crisi strutturale, almeno per ora, ma un riequilibrio che nasconde dinamiche molto diverse al suo interno. I vini a denominazione d'origine — DOC e DOCG — tengono, con una crescita attorno all'**1%**. Gli IGT, invece, cedono l'**11%** sull'anno precedente, confermando una perdita di terreno della fascia base della piramide qualitativa. Ancora più netta la divergenza per tipologia: spumanti (**+1,7%**), rosati (**+5,7%**) e bianchi fermi (**+6,3%**) avanzano; i rossi arretrano di oltre il **13%**. Una direzione coerente con i trend globali dei consumi, che premiano leggerezza e freschezza. Il dato che preoccupa di più guarda in avanti: nei primi cinque mesi del 2026, gli imbottigliamenti segnano un'ulteriore flessione del **5,4%**, senza segnali di una rapida inversione di tendenza.

Due facce dello stesso sistema

I dati di Valoritalia mettono in luce una verità che il mercato sta rendendo sempre più evidente: quando la domanda cala, non tutti accusano il colpo allo stesso modo. Le denominazioni medio-grandi mostrano una capacità di tenuta che le micro-denominazioni non hanno — più si è piccoli, più si è esposti alle oscillazioni. Lo stesso vale per i Consorzi di Tutela: i primi 14 per volumi coprono l'**83%** del mercato, e non è una coincidenza. Liantonio ha scelto di leggere questa evidenza come un punto di partenza, non di arrivo. La crescita dimensionale dei Consorzi non è solo uno scudo contro la crisi: è un motore di sviluppo. Ma accanto a questo serve agire su un doppio binario: politiche più competitive capaci di interpretare le differenze reali della filiera, e il coraggio di affrontare temi scomodi come il riequilibrio dei margini lungo la catena

distributiva e la sovracapacità produttiva — conseguenza di una contrazione dei consumi che dura ormai da decenni. Eppure quella piccola cantina non è un problema da risolvere: è parte integrante dell'identità del vino italiano. Oltre il **75%** delle imprese imbottiglia meno di **500 ettolitri l'anno**. Sono loro a custodire la biodiversità enologica, a presidiare i territori, a dare senso a denominazioni che rappresentano un patrimonio culturale insostituibile. Il tema non è scegliere tra grandi e piccoli: è trovare politiche che sappiano parlare a entrambi.

TESSA: quando i dati diventano valore operativo

Al centro dell'edizione 2026 c'è anche una novità tecnologica. Si chiama **TESSA**, la piattaforma digitale sviluppata da Valoritalia in collaborazione con **Microsoft** ed **EOS**, che integra strumenti avanzati di Business Intelligence in grado di elaborare in tempo reale milioni di informazioni provenienti dai processi di certificazione. **Giuseppe Liberatore**, Direttore Generale di Valoritalia, ha sottolineato come questo cambi le regole del gioco: i Consorzi possono intervenire sull'offerta in tempo reale, senza attendere i tradizionali ritardi nell'elaborazione dei dati. Una leva concreta per gestire l'offerta con più tempestività ed efficacia.

Sostenibilità: da valore etico a leva competitiva

Il filo rosso che percorre l'intera giornata è la sostenibilità — non più declinata come impegno etico, ma come fattore concreto di accesso ai mercati. La ricerca Nomisma Wine Monitor, presentata da **Denis Pantini**, Responsabile Agroalimentare di Nomisma, ha fotografato un consumatore sempre più attento: **due italiani su tre** considerano la sostenibilità rilevante persino nella scelta della meta delle vacanze, a conferma che il valore percepito va ben oltre il bicchiere. **Paolo De Castro** ha inquadrato il tema nel nuovo Regolamento europeo sulle Indicazioni Geografiche, che per la prima volta la riconosce come elemento integrante delle denominazioni **DOP** e **IGP**: certificarla significa offrire trasparenza al consumatore e rafforzare il posizionamento competitivo sui mercati internazionali. I numeri di **Riccardo Ricci Curbastro**, Presidente di Equalitas, confermano la direzione: Equalitas conta già circa **500 aziende certificate** e oltre **300 in fase di certificazione**, coprendo circa il **20%** della produzione vinicola italiana, ed è riconosciuto dai principali retailer internazionali e dai monopoli del Nord Europa e del Canada — con ricadute pratiche su accesso ai mercati, tender internazionali e riduzione degli audit. **Letizia Cesani**, Presidente di Coldiretti Toscana, ha però sollevato una questione critica: tutto questo rischia di restare invisibile se le certificazioni non vengono comunicate adeguatamente al consumatore finale. Servono investimenti promozionali significativi, dei quali dovrebbero farsi carico anche le istituzioni territoriali. **Giangiacomo Gallarati Scotti Bonaldi**, Presidente di Federdoc, ha ricordato che ai Consorzi vengono affidate nuove responsabilità che vanno dalla gestione dell'offerta alla sostenibilità, dalla digitalizzazione all'enoturismo. Un ruolo sempre più complesso che richiede strutture all'altezza, maggiore cooperazione tra Consorzi e risorse dedicate. La ricetta non è l'uniformità ma una strategia nazionale condivisa negli obiettivi e flessibile negli strumenti — perché la competitività del vino italiano si costruisce valorizzando le differenze, non appiattendole. È questa la sfida che emerge dall'Annual Report 2026: non un settore in crisi, ma uno a un crocevia. **Valoritalia, con 219 denominazioni d'origine certificate e oltre il 60% del vino di qualità italiano sotto la sua lente, ha costruito la mappa**. Ora tocca a chi governa la filiera scegliere la rotta.