In Argentina, alla riscoperta delle radici popolari del vino

scritto da Fabio Piccoli | 8 Gennaio 2026

Il vino ha perso il legame con le persone diventando troppo elitario. Un viaggio in Argentina alla Fiesta de la Vendimia di Mendoza mostra come il recupero della dimensione popolare del vino possa essere la chiave per il futuro: meno prestigio ostentato, più inclusione e condivisione sociale.

Questo editoriale nasce, ancora una volta, dal nostro Wine Tour 2026 in Argentina, ma soprattutto da una domanda che ci accompagna ormai da tempo: **se vogliamo davvero immaginare nuove vie per il futuro del vino, siamo sicuri che la risposta stia solo nel nuovo?**

Viaggiando tra vigneti, città e racconti, abbiamo avuto la

sensazione opposta. Che per andare avanti, oggi, il vino debba forse avere il coraggio di guardare indietro. Non con nostalgia, ma con onestà.

Negli ultimi decenni abbiamo progressivamente rimosso una parte importante della storia del vino: quella più popolare, quotidiana, persino "povera". Una rimozione comprensibile, se si pensa a vicende traumatiche come lo scandalo del metanolo in Italia, che hanno segnato in modo profondo l'immaginario collettivo e hanno spinto l'intero settore a prendere le distanze da tutto ciò che poteva apparire approssimativo, non controllato, non nobile. **Ma insieme a ciò che andava giustamente superato, abbiamo forse buttato via anche qualcosa di essenziale: il legame spontaneo tra il vino e le persone**.

Nel tentativo di riscattarsi, il vino ha imboccato una strada sempre più sofisticata, tecnica, simbolica. Ha costruito un linguaggio complesso, spesso autoreferenziale, che ha finito per alimentare una forma di elitarismo: bottiglie da spiegare più che da bere, rituali più che momenti di condivisione, status più che relazione. Oggi ne vediamo le conseguenze: **un distacco crescente di molti consumatori, soprattutto giovani, che non rifiutano il vino in sé, ma ciò che rappresenta**.

In Argentina, questo scarto è apparso improvvisamente più chiaro. A Mendoza, nel mese di marzo, si svolge la Fiesta Nacional de la Vendimia, una celebrazione che coinvolge l'intera città e richiama centinaia di migliaia di persone. Non è una fiera per addetti ai lavori, né un evento esclusivo. È una festa popolare nel senso più autentico del termine: carri, musica, danze, quartieri che partecipano, famiglie, giovani, anziani. **Il vino non è messo su un piedistallo, ma riportato al suo ruolo originario di elemento identitario e collettivo**.

Osservando questa festa, è difficile non porsi una domanda semplice, e proprio per questo scomoda: quanto oggi sarebbe necessario riportare il vino anche in una dimensione più

popolare, meno ostentativa, meno intimidatoria? **Non per negarne la qualità o la complessità, ma per restituirgli una funzione sociale che sembra essersi smarrita**.

La stessa sensazione l'abbiamo avuta visitando il museo del vino a Cafayate, nel cuore della regione di Salta. Tra le sale, colpisce una sezione fotografica dedicata alla fine dell'Ottocento e ai primi del Novecento: immagini di feste della vendemmia, di piazze affollate, di comunità riunite intorno al vino. **Scene che non appartengono solo all'Argentina, ma che riconosciamo immediatamente anche in molti borghi vitivinicoli italiani**. Stesse espressioni, stessa dimensione comunitaria, stesso vino come collante sociale.

Non si tratta di rimpiangere un passato idealizzato, né di ignorare i problemi reali che quel mondo portava con sé. La questione non è tornare indietro, ma chiedersi se, nel nostro slancio verso il prestigio, non abbiamo perso una parte di senso. **Riportare il vino anche** – e sottolineiamo anche, per evitare equivoci – **in una dimensione più popolare e inclusiva non significherebbe impoverirlo. Potrebbe, al contrario, renderlo di nuovo rilevante**.

Questa riflessione dialoga in modo sorprendente con il pensiero di Priscilla Hennekam, che nel suo lavoro più recente, Rethinking the Obsession: The Questions That Will Decide the Future of Wine (2026), invita il settore a fermarsi e a cambiare sguardo. **Hennekam parla di un'industria troppo impegnata a difendere un sistema costruito per un'altra epoca, più concentrata sul proteggere il prestigio che sul creare valore reale**. Non chiede nuove previsioni, ma una capacità più profonda di osservazione, di ascolto, di revisione delle proprie certezze.

Forse, tra le domande che dovrebbero guidare questo nuovo modo di pensare, ce n'è una che suona paradossale solo in apparenza: e se una parte del futuro del vino passasse da un modo di pensarlo che abbiamo abbandonato troppo in fretta? **Un**

modo più semplice, più umano, meno ansioso di dimostrare qualcosa. Ovviamente rivisto, corretto, adattato al mondo di oggi. Ma non per questo meno valido.

L'Argentina, con le sue feste popolari, con il vino che torna a occupare lo spazio pubblico senza complessi, ci ha offerto uno spunto prezioso. Non una soluzione pronta, ma una direzione possibile. In un tempo in cui il vino rischia di parlare sempre meno alle persone, forse la vera rivoluzione non sta nell'alzare ulteriormente l'asticella simbolica, ma nel riaprire il cerchio. **Tornare a includere, a condividere, a vivere il vino come parte della vita e non come sua eccezione**.

In fondo, come ricorda Hennekam, **il rischio più grande non è non sapere. È pensare di sapere già tutto**.

PARTECIPA AL WEBINAR "IL METODO ARGENTINO"

Punti chiave

1. **Il vino ha perso la sua dimensione popolare** diventando elitario e autoreferenziale, allontanando i consumatori giovani.
2. **La Fiesta de la Vendimia a Mendoza dimostra come il vino possa tornare elemento identitario** collettivo e inclusivo.
3. **Riportare il vino in una dimensione più accessibile** non lo impoverisce ma lo rende nuovamente rilevante socialmente.
4. **Il futuro del settore potrebbe passare dal recupero di tradizioni popolari abbandonate**, come suggerisce Priscilla Hennekam.