

I rischi del benaltrismo nel mondo del vino

scritto da Fabio Piccoli | 10 Settembre 2026



Nel settore vino cresce il benaltrismo: ogni proposta viene definita insufficiente, e il risultato è l'immobilismo mentre i consumi calano e cambia la percezione del vino nei mercati storici. Fabio Piccoli individua tre azioni concrete e realizzabili subito, dall'enoturismo agli accordi di filiera, per superare la paralisi decisionale e reagire prima che i consumatori scelgano altro.

C'è una parola che sento pronunciare sempre più spesso in questi mesi, in ogni convegno, in ogni tavolo di lavoro, in ogni commento sotto un post: **"ben altro"**.

Ci vorrebbe ben altro. Il problema è ben altro. Serve ben altro.

Il momento lo conosciamo tutti. I consumi calano, e non calano

solo in Italia, calano in mercati strategici, storici, che per decenni abbiamo considerato acquisiti. **In troppi Paesi il vino non è più percepito come un prodotto interessante**, e questa è forse la notizia peggiore, perché una perdita di interesse è molto più difficile da recuperare di un calo di prezzo.

Eppure, di fronte a tutto questo, il dibattito nel nostro settore sembra aver trovato una formula perfetta per non muoversi.

Si scrive che **il linguaggio del vino è troppo elitario**, che allontana i consumatori, soprattutto i più giovani. Risposta: serve ben altro.

Si sottolinea che **i consorzi di tutela hanno compiti e responsabilità enormi ma non vengono dotati degli strumenti per esercitarli**, né in termini economici né in termini di competenze e risorse umane.

Risposta: serve ben altro.

Sandro Boscaini, presidente di Masi, ha scritto in questi giorni, a margine di una vendemmia iniziata con due settimane di anticipo, che “quasi sempre i disciplinari rappresentano la situazione di più di trent’anni fa” e che “occorrono scelte coraggiose di fronte alla schiera, ormai troppo numerosa, di denominazioni”, distinguendo quelle che esprimono una forte identità di territorio da quelle “raramente apprezzate al di fuori del proprio ambito regionale”. Lo dice uno che è entrato in azienda negli anni Sessanta, non un consulente di passaggio.

Risposta: serve ben altro.

Si scrive che abbiamo troppi vini non adeguati ai mercati...serve ben altro. Che dobbiamo riportare il vino verso il grande pubblico con eventi pensati per i consumatori e non per gli addetti ai lavori...serve ben altro. Che ci vuole finalmente una regia nazionale seria della promozione del vino italiano nel mondo...serve ben altro.

Potrei andare avanti all'infinito. E il fatto stesso che potrei andare avanti all'infinito è il punto.

Convergere sui problemi, divergere sulle soluzioni

Il benaltrismo ha un vantaggio enorme: non costa niente. Ti permette di apparire lucido, di guardare le cose "dall'alto", senza mai esporti su una proposta concreta. **Ogni soluzione, per definizione, è parziale, quindi ogni soluzione può essere liquidata come insufficiente.** E così si finisce per fare una cosa molto italiana, convergere tutti sui problemi e non partire mai con nessuna soluzione.

Siamo tutti convinti che non ci sia un solo problema. Nessuno lo pensa. Ma aspettare di averli analizzati, condivisi, gerarchizzati tutti prima di iniziare a risolverne uno **significa perdere tempo.** E il tempo, oggi, è la risorsa che manca di più.

Non sono ingenuo, so che dietro a molto benaltrismo c'è anche una **difesa di posizioni.** Ogni problema che viene messo in cima alla lista implica che qualcuno debba cambiare qualcosa, e il modo più elegante per non cambiare niente è spiegare che il vero problema è un altro.

Da dove comincerei

Qualcuno su LinkedIn mi ha chiesto, giustamente: **e tu da dove partiresti? Rispondo, perché altrimenti farei anch'io benaltrismo al contrario.**

Primo, riportare il vino al popolo. Eventi di promozione rivolti ai consumatori finali, sul territorio nazionale e in alcuni mercati strategici. Modelli ne abbiamo già, come, ad esempio, Vinitaly in the City in Calabria, Hostaria a Verona. Non è un messaggio demagogico, è una scelta precisa per uscire da questo assurdo elitarismo che ha trasformato il vino da

prodotto della tavola a prodotto da iniziati. Chi non ha voglia di vino non lo si convince con un'altra masterclass per operatori.

Secondo, accordi interprofessionali di filiera. Almeno in alcune denominazioni importanti, sedersi a un tavolo con il canale horeca e con la grande distribuzione per trovare intese sull'assurdità che stiamo vivendo: **rincari ingiustificati in troppa ristorazione da una parte, svendite sistematiche in troppa GDO dall'altra.** Due estremi che stanno facendo rimettere l'intera filiera, dal vigneto allo scaffale. I consorzi sono nati come organismi interprofessionali ma è un ruolo che di fatto non hanno mai esercitato, e forse mai come oggi tutti i segmenti della filiera avrebbero bisogno di confrontarsi senza barriere per trovare accordi che convengano a tutti.

Terzo, linfa vera all'enoturismo. Dall'accoglienza passerà sempre di più la sopravvivenza di tante piccole e micro imprese del vino italiano. Non è un'opinione, è quello che dicono i numeri di chi l'accoglienza l'ha già messa al centro. L'Australia sta investendo risorse importanti su questo fronte a sostegno delle proprie aziende. Per noi, oggi, un OCM enoturismo sarebbe più importante di quello dell'export, almeno per la gran parte delle imprese. E lo stesso OCM export andrebbe rimodulato, perché non siano sempre gli stessi a ricevere risorse e perché una parte di quelle risorse vada finalmente a promozioni di sistema del vino Italia, e non all'ennesima somma di iniziative individuali.

Iniziare, non concludere

Sono tre cose. Non risolvono tutto, e chi vorrà dirmi che serve ben altro avrà anche ragione. Ma sono tre cose che si possono iniziare domani mattina, senza aspettare la riforma perfetta del sistema.

Il rischio del benaltrismo non è quello di sbagliare priorità.

È quello di non muoversi mai, e di accorgersi tra qualche anno che nel frattempo i consumatori, quelli che aspettavano che ci decidessimo, hanno semplicemente scelto altro. Ben altro, appunto.

Punti chiave

1. **Il benaltrismo blocca ogni cambiamento** perché ogni soluzione proposta viene giudicata insufficiente e nulla parte davvero.
2. **I consumi di vino calano** nei mercati storici, con una perdita d'interesse difficile da recuperare.
3. **Servono eventi rivolti ai consumatori**, per riportare il vino al grande pubblico oltre le masterclass per addetti ai lavori.
4. **I consorzi devono diventare tavoli interprofessionali** veri, capaci di mediare tra horeca e grande distribuzione sui prezzi.
5. **L'enoturismo può salvare le piccole aziende**: servirebbe un OCM dedicato, come già fa l'Australia.