

Il futuro del vino visto dai giovani “tastemaker”

scritto da Stefano Montibeller | 16 Settembre 2025



Le nuove voci del vino, i “Future Tastemakers”, lanciano un monito contro l’omologazione e le mode passeggere. Dal superamento della dicotomia tra vini naturali e convenzionali alla critica verso gli opinionisti improvvisati, emerge un appello per un’innovazione autentica, capace di creare nuove strade invece che seguire passivamente le tendenze del momento.

Ogni anno la rivista americana Wine Enthusiast individua i 40 “**Future Tastemakers**”, cioè le voci emergenti che stanno plasmando il futuro del vino e del beverage. Nella loro ultima indagine hanno raccolto opinioni e provocazioni che ci permettono di intuire dove stia andando il settore. Molti spunti arrivano da un mercato diverso dal nostro, ma alcune osservazioni risuonano forti anche in Italia, soprattutto se

pensiamo a città come Milano, dove il mondo del vino vive oggi una fase di grande fermento ma anche di **rischio di omologazione**.

Il produttore friulano Cristian Specogna, inserito nella lista Future 40, non usa mezzi termini: «**Basta con la contrapposizione tra vini naturali e convenzionali**. E basta con chi vuole dire la propria su tutto senza avere competenze reali.» Una riflessione che trova eco anche in Italia. La contrapposizione fra “naturali” e “convenzionali” ha avuto il merito di aprire nuove conversazioni e di portare un pubblico diverso verso il vino, ma oggi rischia di essere una **barriera ideologica** più che un confronto costruttivo. Le nuove generazioni di consumatori sembrano meno interessate alle etichette ideologiche e più alla **qualità reale del calice**.

Sempre Specogna denuncia il rischio che **le mode trasformino l'innovazione in uniformità**. Non è difficile vedere un parallelismo con l'Italia, in particolare con Milano, dove i wine bar di nuova generazione hanno spesso la stessa proposta: calici “natural only”, snack fotocopia e un certo tono “hipster”. Quello che nasceva come movimento di rottura rischia di scivolare nella ripetizione: **carte dei vini fotocopia**, ambienti che strizzano l'occhio alle stesse estetiche e una proposta che, alla lunga, non sorprende più.

Il futuro, allora, non sarà seguire pedissequamente una moda, ma saper guidare e differenziare: come dice Specogna, «**Se vuoi guidare, non devi seguire le tendenze**.»

Un altro tema che emerge con forza è quello degli **opinionisti improvvisati**, figure sempre più presenti anche in Italia: influencer, pseudo-consulenti, appassionati molto attivi sui social che parlano di vino senza competenze tecniche, ma con grande visibilità. Il rischio è duplice: da un lato, **banalizzare il lavoro dei produttori** e dei professionisti che dedicano anni a formarsi; dall'altro, **confondere il consumatore**, che finisce per ricevere messaggi superficiali o

contraddittori.

In un'epoca in cui il vino deve recuperare credibilità presso i giovani, la **professionalità e la formazione dovrebbero essere un punto fermo**, non un optional.

C'è poi un aspetto che fa riflettere: il settore è molto bravo a denunciare problemi – dal calo dei consumi giovanili, al cambiamento climatico, fino alla distribuzione – ma **meno a proporre strade concrete**. La produttrice Claire Clavel lo dice senza giri di parole: «Siamo in ritardo di almeno 15 anni sul cambiamento climatico.» Eppure, le risposte rimangono spesso deboli. Serve più coraggio, come suggerisce Tommaso Canella: **«Il vero progresso avviene quando rimaniamo curiosi, non convinti.»**

In altre parole, invece di chiudersi in posizioni rigide o in lamenti sterili, il vino dovrebbe avere la forza di **sperimentare, rischiare e proporre soluzioni**, anche se imperfette.

Il messaggio che arriva dal Future 40 è chiaro: il futuro del vino non può essere lasciato alle mode passeggere, agli opinionisti improvvisati o a discussioni ideologiche che non portano a nulla. Anche in Italia, il settore dovrà imparare a **distinguere tra trend e sostanza**, tra imitazione e vera innovazione, tra chi cerca visibilità e chi costruisce valore reale. Perché, come ricordano i giovani tastemaker, guidare significa non seguire le tendenze, ma **creare nuove strade**.

Leggi anche: [Consumo bevande alcoliche: i 6 trend trainanti del 2025](#)

Punti chiave:

1. **Vini naturali vs convenzionali:** Una contrapposizione

ideologica da superare in favore della qualità reale del prodotto.

2. **Rischio omologazione:** Le nuove tendenze, come i wine bar “fotocopia”, stanno trasformando l’innovazione in noiosa uniformità.
3. **Opinionisti improvvisati:** Influencer senza competenze tecniche banalizzano il settore e confondono i consumatori.
4. **Guidare, non seguire:** Il vero futuro non sta nel seguire le mode, ma nel creare nuove strade e differenziarsi.
5. **Proposte concrete:** Il settore denuncia molti problemi ma è troppo lento nel proporre e attuare soluzioni coraggiose.