Il vino corre più veloce del consumatore?

scritto da Stefano Montibeller | 8 Aprile 2026



Un recente articolo di Wine Enthusiast sui vini di primavera diventa lo spunto per riflettere su un tema più ampio: il vino sta cambiando più velocemente del consumatore? Tra nuovi codici stilistici, lessico contemporaneo e domanda reale, il punto centrale è il possibile scarto tra racconto critico e mercato.

La primavera, nel vino, ha sempre avuto un suo repertorio: più bianchi, più bollicine, più rosati, rossi più leggeri, meno struttura, più freschezza. È anche il punto di partenza di un recente articolo che Wine Enthusiast ha dedicato ai **vini più trendy di questa stagione**.

Ma se guardiamo ai consumi, ci accorgiamo che **bianchi, bolle e vini giocati su freschezza e bevibilità** non sono più da tempo

una semplice parentesi stagionale. In molti contesti, hanno ormai allargato il loro spazio ben oltre la primavera e l'estate.

E allora la domanda cambia: **che cosa ci sta dicendo davvero un articolo come questo?** Sta raccontando la stagione oppure sta ribadendo quali caratteristiche il sistema del vino considera oggi più attuali e più meritevoli di attenzione?

Per provare a capirlo, abbiamo allargato il ragionamento grazie anche a una conversazione con Gabriele Gorelli MW, che su questo punto ha una posizione molto chiara: "nel vino si parla molto di trend, ma molto meno di quello che continua davvero a fare il mercato. Il problema è che **il mercato non sempre si muove con la stessa velocità**".

Negli ultimi anni il vino ha cambiato lessico. Termini come **"croccante", "verticale", "sapido", "teso"** sono diventati segnali di modernità. E spesso lo sono davvero. Ma non significa che siano già diventati, per tutti, sinonimo automatico di qualità.

Per una parte del consumatore, soprattutto nelle fasce più alte, il valore continua a essere associato a parametri più tradizionali: **pienezza, intensità, volume, morbidezza, riconoscibilità**. Non perché il mercato sia fermo, ma perché si muove più lentamente del racconto che il vino fa di se stesso.

Gorelli lo sintetizza bene: "noi raccontiamo il principio del **less is more**, ma per molti consumatori il risultato rischia ancora di essere **less is less**". Meno corpo, meno materia, meno estrazione: tutto questo può essere interessante sul piano critico, ma non è detto che venga subito percepito come un passo avanti.

Ed è qui che entra in gioco la **riconoscibilità**. Se un vino cambia troppo in fretta per inseguire un nuovo codice estetico, il rischio è che il consumatore non lo riconosca più. E se non lo riconosce, soprattutto nel segmento premium,

diventa più difficile giustificarne il prezzo.

Questo non significa rimpiangere la stagione dei vini caricati, barricati, iperconcentrati. Quella fase ha avuto i suoi eccessi. Ma il punto, oggi, è non sostituire una polarizzazione con un'altra. Ieri il modello dominante chiedeva più estrazione e più potenza. Oggi il rischio è che il modello corretto diventi, quasi per obbligo, **più sottrazione e più essenzialità**.

Per questo l'articolo di Wine Enthusiast diventa interessante soprattutto se lo leggiamo al contrario: non come una lista di vini da bere in primavera, ma come un indizio di ciò che oggi il sistema critico considera **meritevole di attenzione**. Che è una cosa diversa. E non coincide sempre, almeno non subito, con ciò che fa davvero mercato.

Insomma, **il vino sta cambiando**, sì. Ma non tutto insieme, non ovunque, e soprattutto non allo stesso ritmo del consumatore.

Quindi, più che inseguire i trend, oggi il settore dovrebbe chiedersi quanto il proprio racconto stia davvero intercettando una **domanda consolidata** e quanto, invece, stia costruendo un modello che il mercato non ha ancora del tutto metabolizzato.

Punti chiave

1. **Trend stagionali:** bianchi, bollicine e vini freschi non sono più consumi limitati alla primavera.
2. **Nuovo lessico:** croccante, verticale e sapido sono diventati segnali di modernità.
3. **Mercato reale:** molti consumatori associano ancora qualità a intensità, volume e morbidezza.
4. **Riconoscibilità:** cambiare troppo stile può rendere il

vino meno comprensibile, specie nel premium.

5. **Scarto critico:** il sistema vino corre spesso più veloce della domanda consolidata.