Il vino è ancora cultura. Ma non può più esserlo solo per noi

scritto da Fabio Piccoli | 19 Novembre 2026



Il vino è ancora cultura, a patto di smettere di trattarla come una cultura per iniziati. È la convinzione con cui sono uscito dal talk “Il vino è ancora cultura? Linguaggi contemporanei, paesaggi e nuovi pubblici”, che si è tenuto l’11 novembre al BTO di Firenze, moderato da Mauro Carbone, presidente dell’Enoteca Regionale del Barbaresco. Ed è un nodo che il nostro settore non può più permettersi di rimandare.

Il pellegrino del vino non tornerà

Partiamo da un dato di realtà. **L’enoturista che girava per cantine per capire se un vino aveva svolto la malolattica, o se affinava in legno o in acciaio, è in via di estinzione**. Il

vino non è più il motivo principale per cui le persone scelgono di vivere i nostri territori. Nel resto del mondo il passaggio da pochi enoturisti a tantissimi turisti viene vissuto come un'opportunità, anche economica. In Italia lo viviamo ancora come un tradimento.

Lo vediamo nelle cantine che servono dieci annate di Barolo, Brunello o Amarone alle dieci di mattina senza nemmeno un grissino. Lo sentiamo dal vignaiolo che dice "da me si viene solo per il vino, altrimenti si resta fuori". **È un integralismo che ci costa caro**. Il binomio vino e cultura lo citiamo in ogni convegno, poi alla fine resta solo il vino. E dimentichiamo che anche far stare bene chi arriva in cantina è cultura, quella del benessere e della qualità della vita che il mondo ci invidia.

La cultura porta in cantina chi il vino non lo cerca

La ricerca Metodo Contemporaneo di Monica Molteni e Luca Bochicchio, dell'Università di Verona, lo dimostra meglio di qualsiasi teoria. Hanno mappato oltre 150 cantine italiane che investono in arte contemporanea e lo scorso ottobre ne hanno aperte 14 al pubblico in un unico evento di rete. Sono arrivati 758 visitatori. **Solo il 30% si era mosso appositamente per il vino, mentre l'88% era spinto prima di tutto dall'interesse per l'arte e la cultura**. Il gradimento medio è stato di 9,23 su 10.

In altre parole, l'arte ha portato in cantine spesso lontane dai grandi flussi turistici persone che il vino, da solo, non avrebbe mai attirato. E le ha fatte uscire convinte che una cantina possa essere un vero centro culturale.

Lo stesso messaggio è arrivato da Susanna Gristina, presidente di Iter Vitis Italia. Un gruppo di universitari under 25 ha attraversato le Langhe dalla torre di Barbaresco al castello di Barolo, guidato da un geologo. Alla fine della giornata il

pregiudizio del vino come prodotto per intenditori e sommelier era sparito, **sostituito da un racconto che parlava di territorio, ambiente e comunità**. Cioè di cose che a quei ragazzi interessano davvero.

C'è però un paradosso. Molte delle cantine mappate dalla ricerca comunicano pochissimo le loro collezioni, per paura che l'arte sembri "fumo negli occhi" rispetto al vino. Hanno in casa uno degli strumenti più potenti per attrarre nuovi pubblici e lo tengono nascosto.

Chi non si racconta non esiste

E nascondersi oggi è un lusso che nessuno può permettersi. Il turista che passa un weekend nel Chianti Classico chiede già all'intelligenza artificiale quali cantine visitare. L'AI pesca dalle recensioni, dai social e dai siti web, quei siti che molti consideravano vetrine defunte. **Chi non comunica in modo professionale la propria offerta viene semplicemente ignorato dagli algoritmi.**

Non è una questione di immagine. La sostenibilità economica delle piccole e medie imprese del vino, che rappresentano l'85% del nostro sistema, passerà sempre di più dai ricavi dell'accoglienza e della vendita diretta. In Toscana i turisti arrivano comunque. In Irpinia, nel Sannio, sui Colli Piacentini o sui Colli Berici, tanto per citare alcuni trai tanti esempi, no. Lì saper raccontare la propria cultura è una condizione di sopravvivenza.

Abbiamo bisogno di "alieni"

La lezione più importante del talk me l'hanno data proprio Molteni e Bochicchio, due storici dell'arte, che si sono definiti "alieni" rispetto al nostro mondo. **Bochicchio ha ricordato che i musei hanno messo al centro l'accoglienza e il benessere del visitatore quasi vent'anni fa**. Noi ci stiamo arrivando adesso, e in cantina ci vergogniamo ancora di un

wine shop pensato per vendere, mentre nei musei il bookshop è diventato uno degli spazi più curati.

Per questo, **quando dal pubblico è arrivata la domanda su un grande museo nazionale del vino sul modello della Cité du Vin di Bordeaux, ho risposto sì, ma solo se a progettarlo saranno persone esterne al settore, degli alieni appunto**. Se lo facessimo noi finiremmo per elencare vitigni, descrittori e 536 denominazioni rigorosamente bilanciate con il manuale Cencelli.

Siamo bravissimi a costruire offerte esclusive per pochi eletti. Dobbiamo imparare a costruirne di inclusive, senza abbassare di un millimetro la qualità culturale. Il vino resterà cultura solo se avremo il coraggio di aprire le porte delle cantine a chi oggi non lo cerca. E l'umiltà di farci guardare con gli occhi di chi sta fuori.

Punti chiave

1. **Il vino resta cultura se le cantine aprono le porte a visitatori** che oggi arrivano per arte, paesaggio e benessere.
2. **L'enoturista esperto è in calo**: i nuovi visitatori scelgono i territori per esperienze più ampie del solo vino.
3. **L'arte attira pubblici nuovi**: all'evento di 14 cantine, l'88% dei 758 visitatori è arrivato per arte e cultura.
4. **La comunicazione digitale decide la visibilità**: l'intelligenza artificiale consiglia cantine in base a recensioni, social e siti web.
5. **Accoglienza e vendita diretta** sostengono l'economia delle piccole e medie imprese, l'85% del sistema vino italiano.