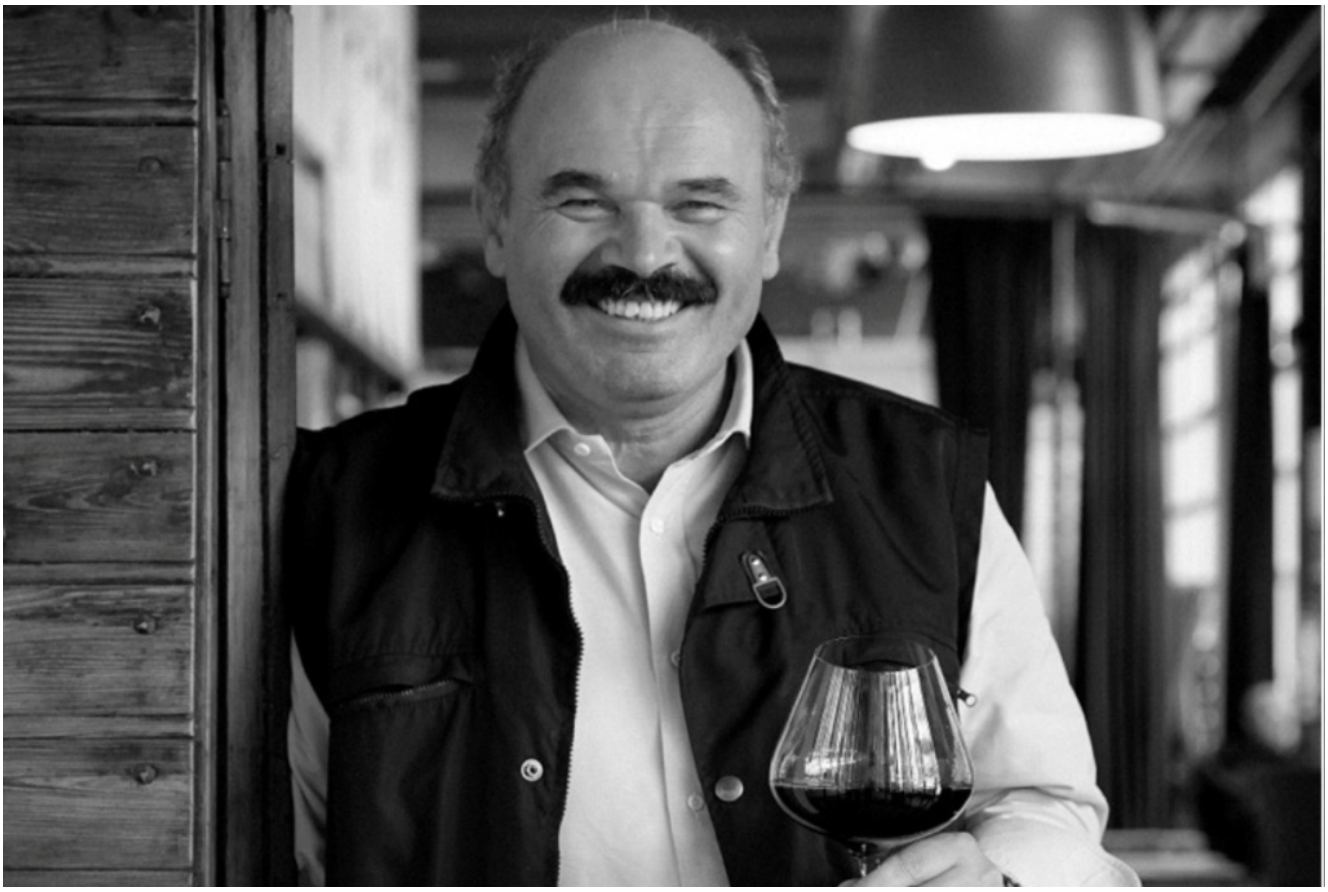
Oscar Farinetti: il vino italiano ha perso la sua fame?

scritto da Agnese Ceschi | 10 Febbraio 2026



Oscar Farinetti riflette sul calo globale dei consumi di vino e sulle responsabilità del settore: prezzi eccessivi, linguaggi autoreferenziali e distanza dalle nuove generazioni. Tra citazioni culturali e dati concreti, propone un cambio di paradigma: vini più accessibili, meno alcolici, un'identità italiana fondata su sostenibilità, cultura e capacità di raccontarsi al mondo.

Mi è sembrato di assistere ad una **lezione universitaria, mista ad una lettura dei Classici**, tra citazioni di Seneca, Flaubert, e una ricostruzione di alcuni passaggi fondamentali della storia italiana. E il vino cosa c'entra, potrebbe obiettare qualcuno? La riflessione sul vino si impregna

magistralmente nel discorso, perché **Oscar Farinetti, imprenditore illuminato**, proprietario di Fontanafredda e Borgogno, ma anche fondatore di Eataly e Green Pea, è un concentrato di idee e stimoli di riflessione.

Con lui siamo partiti da una semplice, ma ampia domanda: **il vino italiano ha perso fame?**

Farinetti, il vino italiano ha perso fame?

Diciamo che ha **modificato la sua fame**. Permettetemi la metafora: siamo passati dal sano e semplice pane e salame al fagiano ripieno di foie gras. Il vino italiano si è un po' incartato verso una **solennità, a volte non meritata**, che ha prodotto alcuni effetti, e uno è l'aumento dei prezzi, secondo me esagerati, che alla fine sta alla base del problema di fondo.

Qual è il problema di fondo per Lei?

Il problema è **mondiale, non è solo italiano**. Nel 2019, prima del Covid, il mondo ha bevuto 250 milioni di ettolitri di vino. Quest'anno non siamo arrivati a 200 milioni, quindi siamo riusciti a perdere 50 milioni di ettolitri di consumo di vino nel mondo, mentre tra il 2019 e oggi gli abitanti sono aumentati di un miliardo. Di fronte ad una **caduta del 20%**dobbiamo fare una serie di ragionamenti.

Dunque: perché il vino viene bevuto meno?

Mentre nel 2019 il 30% degli umani riteneva che l'alcol fosse dannoso, oggi la percentuale è salita al **65%**. Questa è una diga enorme. Con il miglioramento del benessere, è partita una nuova attenzione verso il corpo, chiamiamola **paura di morire**. Abbiamo un egocentrismo fisico che ha prodotto delle nuove

enormi attenzioni, che da un lato possono essere considerate valide, perché è vero che troppo alcol è dannoso, tuttavia bisogna tenere conto che la nostra esistenza è sempre stata accompagnata da un percorso insieme all'alcol. Come diceva Flaubert, il vino canta gioia e fraternità, quindi l'alcol ha sempre avuto questa funzione di gioia, di fraternità, di convivialità.

Il secondo motivo è che i giovani, le nuove generazioni, considerano il vino un po' una **"roba da vecchi"**, mentre reputano certi intrugli a base di superalcolici colorati più giovani, più freschi, più identitari.

L'alcol è dannoso, il vino è "roba da vecchi". C'è qualche altro motivo?

Se i primi due motivi sono metafisici, il terzo motivo è fisico: un **aumento, in tutto il mondo, dei prezzi**. Secondo me esagerato. Ci siamo montati la testa noi produttori e quindi vendiamo il vino caro ai ristoranti, i quali si sono montati a loro volta un po' la testa, oppure hanno bisogno di margini e fanno dei ricarichi esagerati. Questi tre fenomeni insieme hanno prodotto un **calo di vendite di vino a livello mondiale**.

Come hanno reagito le cantine a questa crisi?

C'è chi il mercato lo aspetta e chi **"alza il sederino" dalla sedia**. Qua nelle Langhe, ad esempio, siamo diventati tutti milionari ad aspettare un mercato che è diventato mostruoso. Le Langhe hanno sofferto poco perché i nostri vini nel mondo sono famosissimi grazie a dei personaggi strepitosi che si sono alzati dalla sedia e sono andati nel mondo a raccontarlo. Ci sono gli altri invece che sono rimasti a casa e ne godono. Quindi quelli lì quando il mercato va giù sono quelli che ne soffrono.

E Lei di che opinione è?

Bisogna **reagire**. Mio figlio ormai gira spesso in Cina, India, Nuova Zelanda, Giappone, tutti mercati alternativi agli Stati Uniti dove facciamo il grosso del lavoro, ma vista la situazione oltreoceano bisogna cercare altri sbocchi.

Inoltre bisognerebbe anche fare un'operazione di **riduzione di prezzi, renderli più accessibili**, e pur mantenendone l'importanza, l'autorevolezza e la memoria storica, rendere il vino meno solenne. Abbiamo creato intorno al vino una forma di solennità abbastanza finta che non è quella poetica di Flaubert che citavo prima.

Quali sono le potenziali strade da percorrere?

Per prima cosa, fare dei **vini a più bassa gradazione alcolica** e dobbiamo trovare il modo per farlo, provando tutte le strade possibili. In secondo luogo, fare dei vini più giovani, che piacciono anche ai giovani, ad esempio non rifiutando l'idea del tappo vite. In terzo luogo, utilizzare una solennità di tipo diverso, più poetica e meno astrusa. Infine dobbiamo trovare il modo di fare dei **grandi vini, ma più accessibili**.

E l'Italia?

È necessario che l'Italia prenda una strada dell'**identità del vino italiano ben precisa e percepita nel mondo**. Prendiamo i francesi, hanno preso una strada eccezionale che è quella del terroir. Alla luce dell'analisi che ho fatto, secondo me la strada che deve prendere il vino italiano a livello identitario è quella della **sostenibilità, del verde, del Green**. Noi dobbiamo arrivare a fare in modo che il vino italiano sia considerato nel mondo il vino più sano, quello che ti fa vivere più lungo.

Io però non perderei tempo con i vini naturali, ma mi concentrerei sul **biologico**, anche sul biodinamico, di cui io ho anche molto rispetto, anche se non lo faccio e non lo capisco tanto. Il tema del biologico è una risposta scientifica al grande rispetto della terra madre, della natura. Non è soltanto un rispetto per il consumatore. Il rispetto della terra deve essere insegnato a scuola, deve diventare patrimonio già da bambini, così quando saranno grandi ce l'avranno già in sé, non sarà uno sforzo. Se governassi questo Paese imporrei come obbligatoria l'agricoltura biologica per tutti i vegetali e tutta la frutta.

Oggi che doti ci vogliono per essere un buon imprenditore?

Per prima cosa, **lo studio**. L'imprenditore deve essere colto e chiunque può diventare colto, se studia. Quando io ho incominciato ad approcciarmi in maniera professionale al mondo del vino, quando ho acquistato Fontanafredda, Borgogno, ho iniziato a leggere. Il primo libro che ho letto è quello di Milady Vine, che è stata rivoluzionaria. Lei ha detto: "Il vino è un bellissimo mestiere, sono solo i primi 250 anni, un po' difficili".

Quando io ho letto questa cosa, era il 2007, avevo già 53 anni, mi sono detto: e adesso come faccio? Non posso accorciare il tempo. Poi mi sono dato una mia risposta: c'è un modo di abbreviare i tempi ed è **lo studio**.

La prima regola è studiare, tu imprenditore devi avere una fortissima conoscenza: ascolta, studia e sviluppa una grande conoscenza nel tuo settore, ma anche la cultura generale. Leggere serve a farsi venire dei dubbi, ad aprire la mente, ad imparare dagli altri. È intelligente chi è pieno di dubbio e stupido chi è pieno di certezze, parafrasando Bertrand Russell.

E poi?

Chiunque può diventare imprenditore se mette in atto queste tre cose: **saper fare, saper far fare e dunque delegare e far sapere**. Questo terzo elemento attiene all'ambito della comunicazione: un prodotto non raccontato non esiste. Per sintetizzare le tre doti o mosse sono: **studiare, delegare e raccontare**. Questo fa un buon imprenditore oggi.

Parlando di italiani: cosa dovremmo saper raccontare meglio?

Noi italiani siamo figli di **tre passaggi storici fondamentali**: l'arte classica che i Romani hanno preso dai Greci, il Rinascimento, il miracolo economico del Dopoguerra. Gian Battista Giorgini si inventa in quel momento il marchio Made in Italy. Made in Italy non vuol dire solo fabbricato in Italia, vuol dire che ha questo **segno speciale di bellezza, il gene della bellezza**. Per mantenerlo, e anche nel vino dobbiamo continuare a studiare e insegnarlo nelle scuole.

Un esempio per Lei?

Ampelio Bucci, era un amico, morto da qualche mese a 90 anni. Ebbene lui ha fatto il Verdicchio più buono in tutti i tempi. Era un contadino nelle Marche, ma non solo, anche un professore universitario di economia con una cultura classica pazzesca.

Abbiamo bisogno di avere sempre più dei **personaggi così**, ma per farlo dobbiamo iniziare a raccontarli nelle scuole. Nelle scuole bisogna insegnare il Made in Italy, ciò che ci caratterizza, che è **la bellezza e la cultura**, non il patriottismo fine a sé stesso.



Punti chiave

1. **Il vino non ha perso fame**, ma si è chiuso in una solennità artificiale che allontana i consumatori
2. **I consumi mondiali calano per tre fattori:** paura dell’alcol, disaffezione dei giovani e aumento dei prezzi
3. **Serve reagire:** nuovi mercati, prezzi più accessibili e linguaggi meno autoreferenziali
4. **Il futuro del vino italiano** passa da sostenibilità, biologico e identità chiara e riconoscibile
5. **Studiare, delegare e raccontare** sono oggi le tre competenze chiave dell’imprenditore del vino