

Fine di un'era? Perché serve un nuovo “contratto sociale” per salvare il vino

scritto da Emanuele Fiorio | 2 Marzo 2026



Il mondo del vino attraversa una crisi senza precedenti: calo dei consumi e prezzi stellari allontanano le nuove generazioni. Robert Camuto lancia una sfida culturale attraverso un “nuovo contratto sociale”. Dalla trasparenza in etichetta alla riforma dei ricarichi nella ristorazione, ecco come riportare il calice alla sua dimensione umana, etica e finalmente accessibile a tutti, lontano dagli eccessi di un lusso spesso forzato.

Il mondo del vino sta attraversando una tempesta che non è solo economica, ma profondamente culturale e non si tratta della solita crisi passeggera. Ho trovato molto interessante in questo senso un articolo di Robert Camuto recentemente

pubblicato sul blog di **Jancis Robinson**: tra calo dei consumi, ascesa di cocktail e mocktail tra le nuove generazioni (Millennials e Gen Z) e incertezze geopolitiche, il settore sembra aver smarrito la bussola.

Secondo Camuto, abbiamo raggiunto l'apogeo di un boom durato cinquant'anni, in cui il vino è passato dall'essere un nutrimento dello spirito e del corpo a un **oggetto di lusso**, spesso trasformato in una piattaforma per ostentare status o appartenenze sociali.

Il decalogo per un futuro sostenibile: un nuovo contratto sociale

Per uscire da questo vicolo cieco, Camuto propone un vero e proprio **"contratto sociale"** tra produttori, ristoratori e consumatori. Un ritorno alle origini che non rifiuta la modernità, ma ne corregge gli eccessi.

1 – Più sostanza, meno icone artificiali

Il mercato è saturo di "special cuvées" e vini che si auto-proclamano "importanti" senza averne la storia. Il mondo non ha bisogno di nuovi miti costruiti a tavolino, ma di **vini solidi e autentici**. La qualità deve risiedere nel rispetto dell'ambiente e dei lavoratori: un buon vino deve saper di uva fermentata e di terra, senza essere soffocato da eccessi di legno o difetti tecnici spacciati per "naturalità".

2 – Trasparenza e innovazione in vigna

La sostenibilità non è solo uno slogan. Camuto invoca una **trasparenza totale sugli ingredienti**: se un produttore di marmellata deve indicare l'acido citrico o la gomma arabica in etichetta, lo stesso dovrebbe valere per il vino.

Sul fronte agricolo, la sfida del cambiamento climatico impone una mente aperta: è necessario rivedere i sistemi di potatura e i portainnesti, aprendosi persino al **"gene editing"** (da non

confondere con gli OGM) per aumentare la resilienza delle piante alle malattie.

3 – Ristorazione: il vino non è una “mucca da mungere”

Uno dei punti più critici riguarda il settore della **hospitality**. In molte città americane (e non solo), un singolo calice al ristorante può costare quanto l'intera bottiglia al distributore. Questi ricarichi rendono il vino un'esperienza elitaria, scoraggiando la sperimentazione. Il vino non può più essere la “mucca da mungere” dei ristoranti per coprire affitti folli e tasse.

4 – Vino come costruttore di carattere

Camuto suggerisce che il vino, consumato con moderazione, possa influenzare il carattere e le capacità relazionali delle persone e persino dei leader. Citando esempi storici, nota come figure autoritarie e narcisiste (da Hitler a Putin) fossero spesso astemie, contrapponendole a presidenti amanti del vino come **Jefferson, Reagan o Obama**, ricordati per le loro doti umane e relazionali.

Verso una nuova definizione di lusso

Abbiamo bisogno di meno “chef celebrità” e di più **cuochi capaci**, che sappiano valorizzare l'agricoltura e l'artigianato piuttosto che l'arte contemporanea nel piatto.

Il **vero lusso** non è il cameriere che ti assilla con spiegazioni tecniche estenuanti o la lista dei vini con prezzi a quattro cifre. Il lusso autentico è il **momento di condivisione**, la possibilità di restaurare sé stessi attraverso il cibo e il vino in un mondo che sembra impazzito. In breve: meno lezioni magistrali, più empatia.

Punti chiave:

1. **Crisi d'identità del settore:** Il vino è passato da rito conviviale a **bene di lusso elitario**, perdendo il contatto con la realtà economica dei consumatori moderni.
2. **Trasparenza e qualità autentica:** È necessario superare i vini "icona" costruiti a tavolino, puntando su **etichette trasparenti** che dichiarino ogni ingrediente e additivo utilizzato in produzione.
3. **Riforma della ristorazione:** I ricarichi eccessivi rendono il vino inaccessibile; occorre un modello che non utilizzi il vino come **"mucca da mungere"** per coprire costi gestionali.
4. **Innovazione e sostenibilità:** Il settore deve aprirsi a nuove tecniche, incluso il **"gene editing"**, per adattare i vitigni ai cambiamenti climatici e ridurre l'uso di pesticidi.
5. **Ritorno alla convivialità:** Il vero lusso non risiede nel tecnicismo esasperato del servizio, ma nella capacità del vino di **unire le persone** in un momento di autentica condivisione.