

Il vino di domani: “Se vogliamo che tutto rimanga com'è, bisogna che tutto cambi”

scritto da Emanuele Fiorio | 18 Febbraio 2025



Il vino è a un bivio: affrontare il cambiamento o rischiare di perdere rilevanza. Tra calo dei consumi, aumento dei prezzi e sfide climatiche, il settore deve reinventarsi. Più accessibilità, sostenibilità e innovazione non sono una minaccia alla tradizione, ma l'unico modo per garantirne il futuro. Ecco perché oggi cambiare non è un'opzione, ma una necessità.

Alla soglia di un nuovo anno e di una nuova generazione di consumatori, il vino si trova a un bivio cruciale. Il suo futuro non è in discussione, ma **il settore dovrà affrontare**

cambiamenti profondi per rimanere rilevante. Dalle pagine di Wine Spectator, Robert Camuto cita la celebre frase di Tancredi Falconeri quando si rivolge allo zio Principe di Salina, scettico nei confronti della scelta del nipote di arruolarsi tra i Garibaldini: **“Se vogliamo che tutto rimanga com’è, bisogna che tutto cambi”**.

Le **sfide attuali** del comparto vinicolo sono molteplici: il calo dei consumi, l’aumento dei prezzi, il cambiamento climatico e la necessità di un’agricoltura più sostenibile. Affrontarle con coraggio significa garantire al vino un ruolo centrale anche per le future generazioni.

Secondo l’Organizzazione Internazionale della Vigna e del Vino (OIV), il consumo globale di vino è diminuito di circa il 10% rispetto ai livelli precedenti alla crisi del 2008. Nei Paesi storicamente produttori, come Italia e Francia, **il calo generazionale del consumo è evidente**, accelerato da fattori come l’inflazione, la diffusione dei cocktail e un’ondata di neo-proibizionismo. Parallelamente, i vigneti sono sempre più esposti a condizioni climatiche estreme: gelate primaverili, piogge torrenziali, siccità e ondate di calore stanno mettendo a dura prova i viticoltori.

Uno dei principali problemi del mercato vinicolo è il prezzo. La crescita della qualità e la valorizzazione del terroir dagli anni '90 a oggi hanno portato a un’impennata dei costi. I grandi vini di Borgogna, Bordeaux e Napa Valley sono diventati inaccessibili per la maggior parte degli appassionati ed anche le etichette più modeste hanno subito aumenti significativi. Un esempio concreto? A New York, il prezzo medio di un calice di vino in ristorante si aggira tra i 20 e i 25 dollari, rendendo difficile per i consumatori sperimentare e scoprire nuove varietà.

Una possibile soluzione potrebbe essere l’uso più strategico dei fondi pubblici destinati alla promozione del vino. Ogni anno, i consorzi europei investono milioni in campagne

promozionali e iniziative che spesso non hanno un impatto concreto sul consumo. **Perché non destinare una parte di questi fondi a eventi che incentivino l'accessibilità del vino?** La creazione di settimane tematiche dedicate al vino italiano, francese, spagnolo o californiano nei principali centri urbani potrebbe stimolare la curiosità dei consumatori, rendendo il vino più accessibile e attraente.

Oltre al consumo, anche la produzione deve evolversi secondo Camuto. I giovani viticoltori affrontano ostacoli significativi, tra cui prezzi proibitivi dei vigneti e difficoltà di accesso al mercato. Inoltre, il settore vinicolo è ancora legato a un'idea romantica della viticoltura, spesso incompatibile con la realtà. **La maggior parte dei vitigni oggi coltivati deriva da selezioni di decenni fa, non sempre adatte alle nuove sfide climatiche e ambientali.** Per proteggere la biodiversità e garantire la sostenibilità, è necessario investire nella **ricerca di cloni più resistenti** alle malattie, nella selezione di varietà adattate ai nuovi scenari climatici e nell'uso responsabile delle biotecnologie, incluso l'editing genetico.

Un altro aspetto cruciale riguarda la sostenibilità del lavoro nei vigneti. Il costo della viticoltura sostenibile deve essere redistribuito, garantendo **salari equi ai lavoratori**. Un modello di produzione più efficiente potrebbe liberare risorse da destinare al miglioramento delle condizioni di lavoro, permettendo ai vignaioli di **godere di una giusta retribuzione**.

L'industria vinicola ha attraversato secoli di evoluzioni e innovazioni. Oggi, **il cambiamento non è solo un'opportunità, ma una necessità**. Rendere il vino più accessibile, sostenibile e dinamico non significa tradire la tradizione, ma assicurarne il futuro. E per farlo, occorre ripensare il settore con una visione più ampia e inclusiva, capace di abbracciare il cambiamento con entusiasmo e creatività.

Punti chiave:

1. **Il calo del consumo di vino è una tendenza globale** – Secondo l'OIV, il consumo mondiale è sceso del 10% rispetto al periodo pre-crisi 2008, con un calo particolarmente evidente tra le nuove generazioni.
2. **Il prezzo del vino è sempre meno accessibile** – La valorizzazione della qualità e del terroir ha reso molti vini inaccessibili, soprattutto nei ristoranti, dove un calice può costare tra i 20 e i 25 dollari.
3. **Il cambiamento climatico sta rivoluzionando la viticoltura** – Gelate primaverili, siccità e ondate di calore mettono a rischio la produzione, rendendo necessario investire in varietà più resistenti e nuove pratiche agricole.
4. **I fondi pubblici per la promozione del vino potrebbero essere meglio utilizzati** – Invece di campagne inefficaci, si potrebbero creare eventi mirati per avvicinare i consumatori al vino in modo più accessibile e coinvolgente.
5. **La sostenibilità del lavoro in vigna deve essere una priorità** – Il costo della viticoltura sostenibile va redistribuito per garantire salari equi e migliorare le condizioni lavorative dei viticoltori.