Vino naturale o naturalmente confuso?

scritto da Stefano Montibeller | 22 Aprile 2025



Il vino naturale è oggi un fenomeno culturale in ascesa, ma ancora privo di definizioni condivise. Tra narrazione emozionale, mode urbane e assenza di standard qualitativi minimi, il settore rischia confusione e perdita di credibilità. L'articolo invita produttori e operatori a promuovere trasparenza, rigore e responsabilità per tutelare il valore del vino italiano.

> ***"Essere al Vinitaly, per noi è importante, perché vogliamo raccontare la Sicilia".***

Con queste parole Natale Marino, mente organizzativa e amministrativa della cantina Barraco, sottolinea il valore della presenza in fiera come atto di apertura e dialogo.

Partiamo da qui per entrare nel mondo, spesso tormentato e controverso, del vino naturale.

Negli ultimi anni, il vino naturale è passato da nicchia radicale a fenomeno culturale. È diventato tendenza, oggetto di culto per le nuove generazioni, simbolo di autenticità e ritorno alla terra. Ma questa evoluzione ha portato con sé una serie di conseguenze, non sempre positive, che il mondo del vino non può più ignorare.

Oggi il termine "naturale" è sulla bocca di tutti, ma raramente trova una definizione chiara. Vini non filtrati, fermentazioni spontanee, senza solfiti aggiunti, lieviti indigeni: questi i mantra che vengono associati a questa categoria.

Parallelamente, è cresciuto anche l'interesse commerciale, seppur di nicchia. Secondo un report pubblicato da *IWSR Drinks Market Analysis*, il segmento dei vini "sostenibili", che include biologici, biodinamici e naturali, rappresentava nel 2022 circa **il 3% del valore totale del mercato globale del vino**, ma con un **tasso di crescita annuo del +9,2%**, contro una media del +2% del settore nel suo complesso.

In Italia, i dati dell'**Associazione VinNatur** ci dicono che nel 2023 erano circa **290 i produttori affiliati**, per un totale di oltre **8 milioni di bottiglie** distribuite in oltre 20 Paesi. Ma attenzione: il vino naturale non è una categoria commerciale riconosciuta né dalla normativa europea, né da quella italiana. Questo lascia ampio spazio all'interpretazione, tanto in vigna quanto nella comunicazione.

Ed è proprio su questo fronte che si apre la questione centrale: **la percezione della qualità**.

Molti consumatori, oggi, accettano (e addirittura cercano) caratteristiche organolettiche un tempo considerate difetti: volatili, ossidazioni, Bret, ecc. Alcuni lo fanno con consapevolezza, altri semplicemente si affidano al racconto

esperienziale di un’etichetta suggestiva o al contesto modaiolo di un wine bar urbano.

Questo crea una frattura all’interno del settore: da un lato i produttori tradizionali che si vedono spesso messi in discussione da un’estetica “naturale” che sembra vincere per storytelling; dall’altro, i nuovi interpreti dell’enologia che, pur animati da convinzioni etiche sincere, rischiano di non garantire uno standard minimo di qualità tecnica.

Il risultato è una comunicazione disomogenea, che può danneggiare la **credibilità complessiva del vino italiano**.

In parallelo, anche i locali, in particolare wine bar e bistrot urbani, hanno cavalcato l’onda. A Milano, solo nell’ultimo anno, sono nati decine di nuovi locali dedicati al vino naturale, spesso con una narrativa d’impatto ma poco aderente alla realtà dei prodotti proposti. Menù pieni di diciture come “vino vivo” o “non filtrato”, **prezzi non sempre giustificati** e assenza di una reale guida alla degustazione rischiano di ridurre l’esperienza a una moda passeggera.

Per gli operatori del settore, produttori, distributori e imprenditori, si pone quindi una domanda fondamentale: **come mantenere alta la reputazione del vino italiano in un mercato dove la narrazione può sovrastare la sostanza?**

La risposta non è quella di chiudersi a riccio o demonizzare i nuovi linguaggi del vino. Al contrario, serve un approccio costruttivo che metta al centro **la trasparenza** e **l’educazione del consumatore**. È necessario affiancare la narrazione emozionale a una solida base culturale, aiutando chi beve a riconoscere ciò che ha nel calice.

Chi lavora nel vino ha oggi la responsabilità, e l’opportunità, di guidare questo cambiamento con competenza, rigore e passione. Perché il **vino naturale** non diventi sinonimo di confusione, ma torni ad essere ciò che promette: una **testimonianza autentica del territorio**, del lavoro in

vigna, della biodiversità e della sostenibilità reale. **Ed è soprattutto ai produttori che va rivolto un monito**: non basta appellarsi alla spontaneità, serve responsabilità. Chi crea il prodotto ha il dovere di garantire qualità e coerenza. Perché se in troppi locali arrivano bottiglie scadenti, la colpa non è solo di chi le serve, ma anche di chi le ha messe in commercio. **Anche le distribuzioni di nicchia e gli imprenditori** devono fare da filtro, selezionando consapevolmente ciò che arriva sulle tavole. **Hanno il dovere di assaggiare, valutare, educare.**

È un messaggio che oggi più che mai va rafforzato. E in questo senso, è significativo che al Vinitaly 2025 siano presenti per la prima volta realtà simbolo come Barraco e Arianna Occhipinti: due pionieri del vino artigianale in Sicilia, spesso lontani dal mondo fieristico tradizionale. O, come direbbero i più radical, "convenzionale".

La loro partecipazione può essere un segnale: "non vogliamo più chiuderci in una nicchia e non vogliamo più fare distinzioni: vogliamo semplicemente parlare di vini buoni", conclude Marino.

Non basta evocare la terra, serve trasformarla in vino buono, coerente e potabile. **Non basta professarsi "naturale", serve esserlo con rigore.**

Leggi anche: Vini naturali: un confronto fra podcast

Punti chiave

1. **Il vino naturale cresce**, ma resta senza definizione normativa condivisa.
2. **La narrazione spesso supera la qualità** tecnica del prodotto.

3. **I locali urbani cavalcano la moda**, rischiando la banalizzazione.
4. **Serve più trasparenza** e educazione per tutelare il consumatore.
5. **Produttori e distributori** devono selezionare con rigore e coerenza.

{
“@context”: “https://schema.org”,
“@type”: “FAQPage”,
“mainEntity”: [{
“@type”: “Question”,
“name”: “Cos’è il vino naturale e perché non ha una definizione normativa condivisa?”,
“acceptedAnswer”: {
“@type”: “Answer”,
“text”: “Il vino naturale è un fenomeno culturale in crescita che include pratiche come fermentazioni spontanee, uso di lieviti indigeni e assenza di solfiti aggiunti. Tuttavia, non esiste una definizione normativa riconosciuta a livello europeo o italiano, il che lascia spazio a interpretazioni soggettive.”
}
}, {
“@type”: “Question”,
“name”: “Quali sono i principali rischi legati alla mancanza di standard nel vino naturale?”,
“acceptedAnswer”: {
“@type”: “Answer”,
“text”: “L’assenza di standard qualitativi minimi può generare confusione tra i consumatori e compromettere la credibilità del vino italiano, poiché alcuni produttori potrebbero vendere vini scadenti sotto l’etichetta “naturale”.”
}
}, {
“@type”: “Question”,

“name”: “Perché il vino naturale è diventato una moda nelle città?”,
“acceptedAnswer”: {
“@type”: “Answer”,
“text”: “In molte città, come Milano, i wine bar e bistrot hanno abbracciato il vino naturale per la sua narrazione emozionale e il suo fascino autentico. Tuttavia, spesso l’esperienza è guidata più dalla moda che dalla qualità reale dei prodotti.”
}
}, {
“@type”: “Question”,
“name”: “Qual è la responsabilità dei produttori e degli operatori nel mercato del vino naturale?”,
“acceptedAnswer”: {
“@type”: “Answer”,
“text”: “Produttori, distributori e imprenditori devono garantire qualità tecnica, trasparenza e coerenza. Hanno il dovere di selezionare consapevolmente i vini, educare il consumatore e promuovere un approccio culturale solido.”
}
}, {
“@type”: “Question”,
“name”: “Come può il settore del vino naturale crescere senza perdere credibilità?”,
“acceptedAnswer”: {
“@type”: “Answer”,
“text”: “Il settore deve affiancare alla narrazione emozionale una comunicazione basata su rigore e competenza, promuovendo la trasparenza e una reale educazione del consumatore per salvaguardare il valore del vino italiano.”
}
}]
}