Il vino non è un prodotto per vecchi. È un prodotto nelle mani dei vecchi

scritto da Fabio Piccoli | 24 Settembre 2026

Priscilla Hennekam nei giorni scorsi ha pubblicato su LinkedIn una riflessione che consiglio di leggere, "*Rethinking the Impossible*". Parte dalla Valle del São Francisco, nel nord-est del Brasile, tra l'ottavo e il nono parallelo sud. Clima tropicale semi-arido, più di tremila ore di sole l'anno. Secondo tutti i manuali lì la vite non ci dovrebbe stare. Invece ci sta, e arriva a due vendemmie e mezzo l'anno.

Nessuno ha cambiato il clima di quella valle. Hanno cambiato la domanda. Hanno smesso di chiedersi come copiare Bordeaux e **hanno cominciato a chiedersi cosa si poteva fare con quello che avevano davanti.** La Hennekam ne ricava un'idea semplice, confondiamo di continuo ciò che non è mai stato fatto con ciò

che non si può fare. Diventiamo, scrive, prigionieri del precedente. E quando diciamo “è impossibile” spesso stiamo dicendo una cosa molto più modesta: **non riesco ancora a immaginare come**. La sua proposta è sostituire il “perché non si può fare?” con un’altra domanda: se fosse possibile, che cosa dovrebbe cambiare?

Ho provato a girarla al nostro settore.

Da anni non parliamo d’altro che di cambiamento. Mercati in rivoluzione, consumatori che non sono più quelli di prima, modelli da ripensare. Poi osservo lo stato delle cose, e lo scrivo spesso, e **vedo un mondo che appare immodificabile**. Chiuso nell’idea che allo status quo non esista alternativa e che l’unica strategia sia sperare che tutto torni come prima.

Eppure, a guardare meglio, le soluzioni sono già sul tavolo.

Le persone hanno voglia di divertirsi, e non conosco molti prodotti che stiano bene dentro una festa quanto il vino. Le persone hanno voglia di esperienze fuori dal turismo di massa, quello standardizzato, e l’enoturismo è esattamente questo. **C’è voglia di biodiversità, e noi abbiamo un’offerta enologica di una varietà impressionante**. E oggi il momento di consumo conta più del prodotto in sé, e questo è un bene perché il vino nelle sue mille tipologie ha la bottiglia giusta per qualsiasi situazione.

Gli ingredienti ci sono, e sono più di quanti ne immaginiamo. Allora perché metterli insieme in una ricetta giusta sembra così difficile? Anzi, così impossibile?

Mi viene una risposta diretta e spietata. So che, senza scendere nel dettaglio, può suonare eccessiva. La lascio così come viene, perché edulcorarla servirebbe solo a renderla innocua.

Il vino è nelle mani dei vecchi. Dei soliti vecchi. Vecchi che non hanno nessuna intenzione di lasciare il campo ad altri.

Attenzione, non sto dicendo che il vino è un prodotto per vecchi. Quella è una stronzata. Sto dicendo che **è un prodotto nelle mani dei vecchi, ed è tutta un'altra faccenda**.

E non è solo un problema di passaggio generazionale nelle aziende. Riguarda l'intera filiera: i consorzi, le organizzazioni, i media, i critici enologici. Sono il primo a doversi mettere nel conto, visto che questo mestiere lo faccio da un bel po'.

E purtroppo, e questo è l'aspetto più grave, non è nemmeno un problema solo anagrafico. Riguarda, infatti, perfino i giovani, e questo è il punto che mi preoccupa di più. Per entrare nel mondo del vino, infatti, ed essere accettati devono travestirsi da vecchi. Imparano il linguaggio, i riti, le prudenze. **E dopo un po' quei panni non riescono più a toglierseli**.

Se questa diagnosi è vera, provate a immaginare quanto un settore così sia disponibile a trasformare in possibile il presunto impossibile.

Messa in questi termini si potrebbe concludere, con brutalità, che basta aspettare che una generazione esca di scena. Non è così. Quella generazione ha già contaminato geneticamente la successiva. **Il ricambio, da solo, non cambierà niente**.

E allora che fare? **Intanto dirlo**. Denunciarlo, farlo emergere con chiarezza, senza timori. Perché l'impossibile diventa possibile solo se si parte dalla consapevolezza della realtà. Senza quella, l'impossibile si trasforma in astrazione, in fantascienza. E la fantascienza è un alibi perfetto per non cambiare nulla.

La Hennekam invita a distinguere i vincoli reali dalle assunzioni che abbiamo smesso di mettere in discussione. **Che**

il vino debba restare nelle mani di chi lo tiene da quarant’anni non è un vincolo reale. È un’assunzione. La più comoda, per chi la sostiene.

Punti chiave

1. **Il settore vino non cambia perché il controllo resta nelle mani della stessa generazione** da decenni.
2. **Anche i giovani che entrano nel mondo del vino finiscono per adottare linguaggio e abitudini di chi c’è già**.
3. **Le soluzioni esistono già**: enoturismo, biodiversità, esperienze e momenti di consumo diversi dal solo prodotto.
4. **Il ricambio generazionale, da solo, lascia intatta la mentalità che ha già contagiato i più giovani**.
5. **Riconoscere apertamente il problema è il primo passo per trasformare l’impossibile in possibile**.