

# Il vino più sopravvalutato è spesso quello che continua a vendere

scritto da Stefano Montibeller | 22 Settembre 2026



*Undici sommelier americani indicano Amarone, Pinot Nero, Rioja e Cabernet Sauvignon tra i rossi più sopravvalutati. Le critiche riguardano soprattutto prezzi, alcol, estrazione e reputazione. Ma il mercato racconta una storia più complessa: familiarità, status e riconoscibilità continuano a orientare gli acquisti, mentre la ricerca di freschezza segnala un cambiamento reale nei consumi.*

VinePair ha chiesto a undici sommelier americani di indicare il **vino rosso più sopravvalutato**. Nell'elenco compaiono Amarone della Valpolicella, Pinot Nero, Rioja e diverse declinazioni del Cabernet Sauvignon. Più che una classifica, le risposte compongono un piccolo processo ai simboli del

prestigio enologico.

L'Amarone viene indicato da Andrew Principe, proprietario e wine director di Dirty Dime Productions. Principe lo definisce **"uno dei grandi vini rossi del mondo"**, ma ritiene che soltanto pochi produttori riescano a garantire qualità costante. Sotto accusa finiscono alcune interpretazioni troppo alcoliche, la mancanza di freschezza e prezzi non sempre giustificati dal bicchiere.

Non è quindi l'Amarone a essere sopravvalutato in assoluto. È la pretesa che **il nome della denominazione renda automaticamente grande qualsiasi Amarone.**

Andrew Boulton, wine director di Beckon, considera il Pinot Nero leggermente sopravvalutato e subito dopo ammette: **"Ne serviamo moltissimo"**. Suggerisce Gamay, Frappato o Trousseau come alternative meno costose. Il consiglio è sensato, ma la contraddizione rimane: il vino criticato dall'esperto continua a essere richiesto dal cliente.

Il Cabernet Sauvignon raccoglie il maggior numero di accuse. I professionisti contestano **estrazione eccessiva, alcol, legno e prezzi** costruiti più sulla reputazione del vitigno che sulla qualità della singola bottiglia. Anche qui, però, il problema non sembra essere il Cabernet. È il successo di un modello diventato tanto riconoscibile da poter essere ripetuto ben oltre il punto della noia.

Ma **la noia del sommelier è anche quella del consumatore?** Non è detto. Chi assaggia centinaia di vini cerca differenze e territori meno battuti. Chi acquista una bottiglia ogni tanto può cercare esattamente il contrario: un nome conosciuto e la ragionevole certezza di non sbagliare.

L'Amarone offre un controcampo particolarmente interessante. Secondo il rapporto 2026 dell'Osservatorio Uiv-Vinitaly, elaborato su base IWSR, tra le denominazioni considerate è proprio l'Amarone a registrare presso la Gen Z italiana **il più**

**alto tasso di conversione dalla conoscenza all'acquisto, pari al 68%.** Un vino descritto da un addetto ai lavori come potenzialmente sopravvalutato conserva quindi una notevole capacità di attrazione, anche tra i consumatori più giovani.

Ciò non significa che i sommelier siano distanti dal mercato. Alcune critiche intercettano un cambiamento reale. Negli Stati Uniti, i dati NIQ sul fuori casa mostrano che, nei dodici mesi terminati a metà luglio 2025, **i rossi fermi hanno perso una piccola quota, mentre bianchi e spumanti hanno guadagnato spazio.** La richiesta di maggiore freschezza non è dunque soltanto una fissazione professionale.

Il punto è che **gli esperti e i consumatori giudicano da posizioni diverse.** I primi misurano il rapporto tra reputazione, prezzo e qualità. I secondi aggiungono familiarità, status e occasione di consumo.

L'espressione "vino sopravvalutato" ha allora senso soltanto se viene applicata a una promessa. Un grande nome può vendere una bottiglia prima ancora che venga stappata. Se però **ciò che arriva nel bicchiere non giustifica il prezzo,** quella reputazione comincia lentamente a consumarsi.

Le opinioni dei sommelier non sono una fotografia del mercato. Possono essere, semmai, **un segnale anticipatore delle sue insofferenze.** Il loro compito non dovrebbe essere spiegare al cliente che ha gusti sbagliati, ma mostrargli che, oltre al nome che conosce, esistono altre possibilità. Perché il vino più sopravvalutato può anche continuare a vendere.

---

## Punti chiave

1. **Amarone:** criticato per alcune interpretazioni troppo alcoliche, poca freschezza e prezzi non sempre

giustificati.

2. **Pinot Nero:** considerato leggermente sopravvalutato, ma continua a essere molto richiesto dai clienti.
3. **Cabernet Sauvignon:** sotto accusa per estrazione, alcol, legno e prezzi legati più alla reputazione che alla qualità.
4. **Consumatori:** familiarità, status e riconoscibilità possono pesare nelle scelte quanto il giudizio qualitativo degli esperti.
5. **Gen Z:** l'Amarone registra in Italia un tasso di conversione dalla conoscenza all'acquisto del 68%.