

# “Ci piacerebbe solo fare vino...” ma il mondo non ce lo permette più. La testimonianza di una produttrice

scritto da Lavinia Furlani | 20 Agosto 2025



Partendo dalla lettera di una produttrice, l'articolo analizza la crescente pressione sui piccoli vignaioli, costretti a diventare comunicatori e host. Si evidenzia l'assenza di un sistema di supporto e si sottolinea come la vendita diretta, se gestita con professionalità, rappresenti una concreta opportunità di sopravvivenza e rinascita nel mercato attuale.

Ogni tanto, nel nostro lavoro, arrivano messaggi che valgono più di mille analisi di mercato. Sono voci vere, che non

cercano consensi ma chiedono ascolto.

Eccone uno che merita di essere condiviso senza filtri:

*"A volte ci piacerebbe semplicemente produrre vino e farlo al meglio possibile! Ci piacerebbe che aperitivi, ristorazione, export ecc. lo facessero professionisti, non dover 'rubare' parte del loro lavoro. Ci piacerebbe fare parte di un sistema sano, con regole e ruoli chiari invece che tirare a campare aprendo case, vigne, facendo vendemmiare chiunque! Ci piacerebbe essere pagati per il vino che produciamo, non perché organizziamo lezioni di yoga o mille altre cose – non previste, peraltro, dalle regole dell'enoturismo. Ma ormai dobbiamo sapere fare tutto – anche usare social, piattaforme, vendere online, permettere la prenotazione online... E fare tutto bene è impossibile, soprattutto per realtà piccole che non si possono permettere di pagare altri! La vendita diretta sì! Quella è una delle poche possibilità per resistere, anche per realtà minuscole come la nostra."*

Una testimonianza cruda che riassume perfettamente lo tsunami silenzioso che sta travolgendo tante micro e piccole realtà del vino italiano.

Caro produttore (e con te tanti altri), hai ragione: **l'asticella si è alzata**. E si alza ancora. E non siamo noi, i comunicatori, a chiederlo. È il *mercato* che la sta alzando. È il *consumatore* che cambia. È il mondo che corre e non si gira indietro ad aspettare chi è rimasto ancorato all'idea romantica del "faccio solo vino".

No, oggi non si può più "solo fare vino". Non basta. E questo non è un giudizio morale. È una constatazione. Può piacere o meno, ma il vino oggi è esperienza, contenuto, comunicazione, relazione, narrazione, servizio. **Non si vende da solo. Non si vende in silenzio.** E, soprattutto, **non si vende da lontano**, aspettando dietro al cancello della cantina.

La tua amarezza è quella di tanti: vi sentite **costretti a fare**

**di tutto**, dalla grafica ai post su Instagram, dalle etichette alla logistica. E mentre il tempo per la vigna si riduce, cresce il senso di frustrazione. **È uno scollamento tra vocazione e necessità.** Ma non è solo una questione di multitasking: è una questione di sistema.

Hai toccato un punto fondamentale: **non c'è un sistema sano.** Non c'è una rete strutturata di supporto alle piccole aziende. Non c'è una visione condivisa dell'enoturismo. Non c'è una regia che distribuisca i ruoli con coerenza, che aiuti chi produce a produrre e chi comunica a comunicare.

E così ognuno si arrangia. Chi apre le porte di casa, chi trasforma il vigneto in un set fotografico, chi offre vendemmie "esperienziali" pur di vendere una bottiglia in più.

Ma voglio dirti una cosa: **forse non è più il tempo di dire "ci piacerebbe".** È il tempo di scegliere. Di reagire. **Di decidere chi vogliamo essere.** Vogliamo essere quelli che inseguono un passato che non tornerà? O vogliamo essere quelli che, pur arrancando, provano a capire come restare vivi in un mercato che cambia?

Il punto non è rinunciare alla propria identità, ma **avere il coraggio di evolverla.** Di trovare alleanze. Di formarsi. Di capire dove investire tempo e dove delegare. E se non si può fare tutto, allora si deve **scegliere con lucidità cosa fare bene.**

Alla fine, il tuo sfogo si chiude con un barlume di speranza:

"La vendita diretta sì! Quella è una possibilità vera per resistere."

Ecco: **partiamo da lì.** Dal rapporto umano, dal contatto diretto, dall'incontro autentico. Ma facciamolo bene. Con strumenti aggiornati. Con professionalità. Perché – piaccia o no – **le bottiglie si vendono una alla volta. E con tanta fatica.**

Ma si vendono. Se ci sei. Se ci credi. Se accetti che **oggi produrre vino è anche essere imprenditore, host, comunicatore, venditore**. E forse, a pensarci bene, è anche una straordinaria opportunità di rinascita.

Grazie per avercelo ricordato.

Continuiamo a parlarne. Perché il cambiamento parte sempre da una voce che ha il coraggio di dire la verità.

---

## Punti chiave

- **Il produttore vorrebbe solo fare vino**, ma il mercato moderno impone di essere anche comunicatori e imprenditori per restare competitivi.
- **Manca un sistema di supporto che aiuti le piccole realtà** a gestire le nuove complessità del settore vitivinicolo e dell'enoturismo.
- **La vendita diretta è una concreta possibilità di sopravvivenza**, ma va affrontata con nuovi strumenti, professionalità e un approccio imprenditoriale.
- **Non basta resistere**, è necessario evolvere la propria identità e scegliere strategicamente su quali attività focalizzarsi per non soccombere.