

Howdy, Dolly: l'ultimo brindisi a una popstar per cui il vino non è mai stato uno status symbol

scritto da Veronica Zin | 23 Settembre 2026



La recente scomparsa di Dolly Parton riaccende i riflettori sul suo progetto Dolly Wines. Lontano dalle logiche commerciali delle celebrità, il marchio riflette le radici modeste della cantante. Il vino diventa un semplice catalizzatore di convivialità, offerto a prezzi accessibili per celebrare lo stare insieme con autenticità e grande inclusività.

Per chi non lo sapesse, Dolly Parton, popstar country vincitrice di 11 Grammy scomparsa il 25 agosto scorso, aveva una sua linea di vini.

Sì, ma i suoi vini non erano i classici “celebrity wine”, in cui la celebrity in questione presta volto e firma a etichette patinate, spesso rivendute a prezzi super pompati che, nella maggior parte dei casi, non riflettono il contenuto.

“Non saprei da dove cominciare per fare un buon vino”, aveva detto senza alcun imbarazzo a Wine Spectator nel 2024, rivendicando di preferire “lasciare certe cose agli esperti”. Una sincerità che in un settore abituato all’autocelebrazione suona quasi dissonante e che invece racconta con precisione chi fosse davvero Parton.

Come riportato nell’articolo di Wine Enthusiast, [Dolly Parton Believed Wine Was for Everyone, Not Just Experts](#), la cantante ha prodotto una linea coerente con le radici della sua infanzia sui monti Appalachi a Locust Ridge: una famiglia di 12 figli, una baracca a una stanza senza elettricità né acqua corrente e un padre che produceva whisky e vino di contrabbando per arrotondare. Il vino fatto in casa, in quel mondo, non era un vanto da intenditori ma **una necessità economica e una tradizione condivisa**.

Ecco, dunque, perché Dolly Parton non ha usato la sua immagine per vendere una linea di vini. Per lei **il vino è un catalizzatore** e non uno status symbol. “Il mio vino è per la gente comune che ama divertirsi, per chi ama stare insieme”, aveva dichiarato.

Infatti, Dolly Wines, nonostante porti il nome della cantante su ogni etichetta, non ne ha mai gonfiato il prezzo né ne ha fatto un prodotto esclusivo. Il sito del marchio parla di “spirito di inclusività senza compromessi”, e lo slogan coincide con i fatti: una donna che si definiva bevitrice occasionale, per cui il vino restava soprattutto un pretesto per stare insieme.

Howdy, Dolly: un ultimo brindisi a una donna che il vino lo ha sempre versato per tutti.

Punti chiave

1. **Dolly Wines** riflette l'autenticità e le origini modeste della celebre popstar del country.
2. **Prezzi sempre accessibili garantiscono un'esperienza enologica** pensata per la gente comune e la convivialità.
3. **Spirito di inclusività guida l'intero progetto** allontanandosi dalle consuete logiche puramente commerciali delle celebrità.