

Le cantine licenziano mentre i giovani smettono di andarci

scritto da Roberto Serra | 6 Aprile 2026



Il calo di visitatori e le chiusure riflettono un cambiamento nei consumi delle nuove generazioni.

Un segnale inequivocabile dei tempi che cambiano arriva dalla Napa Valley, dove a febbraio [la multinazionale Gallo ha annunciato 93 licenziamenti a St Helena](#), chiudendo un impianto importante. Questo evento non è un episodio isolato, ma il sintomo di una **trasformazione profonda** che sta scuotendo l'industria vinicola statunitense, in particolare il pilastro dell'enoturismo. La frequentazione delle regioni vinicole si sta infatti attenuando e il traffico nelle sale di degustazione, un tempo dato per scontato, è in declino, come evidenziato da [l'analisi del Wine Sales Symposium sul declino delle degustazioni](#). La fascia di consumatori più evidentemente

assente? Millennial e Gen Z, coloro che dovrebbero costruire la prossima generazione di fedeltà al vino.

Il trend negativo delle degustazioni

Il calo non è una novità dell'ultim'ora. Già nel 2023, il traffico estivo nelle sale di degustazione è diminuito per il secondo anno consecutivo, mentre l'ordine medio è rimasto stagnante, secondo i dati riportati da Wine Enthusiast. Questo trend è alimentato da un cambiamento culturale guidato proprio dalle generazioni più giovani. Stando a un articolo di Forbes sul cambio di paradigma, i giovani consumatori stanno orientando il mercato verso **la sostenibilità, il consumo consapevole di alcol e esperienze vinicole più flessibili**. Uno dei fattori chiave di questa evoluzione è proprio una maggiore consapevolezza dell'impatto ambientale, che influisce sulle scelte di acquisto e sulle modalità di consumo.

Le risposte innovative: da Sonoma Sips alle esperienze gourmet

Di fronte a questo scenario, le cantine non stanno a guardare e stanno reinventando la loro proposta per attrarre il pubblico che si sta allontanando. La risposta non è un semplice sconto, ma una riprogettazione del valore percepito. Un esempio di successo è stato il programma Sonoma Sips, che l'anno scorso ha offerto degustazioni a 15 dollari in oltre 40 cantine, attirando ondate di visitatori alla prima esperienza e turisti che non tornavano da tempo. L'obiettivo è abbassare la barriera d'ingresso e creare un'abitudine. Altri operatori puntano invece sull'esclusività e sulla cura del dettaglio per giustificare un prezzo premium. L'esperto Susan DeMatei cita l'esempio di Aperture Cellars, che ha lanciato una "Collage Tasting Experience" abbinando vini rari a piatti creati da chef stellati Michelin. Si tratta di una strategia che trasforma la degustazione da atto di consumo a **evento memorabile**, puntando su narrazione e lusso accessibile.

Ripercussioni e prospettive per un settore in transizione

Queste innovazioni, necessarie per sopravvivere, stanno ridefinendo il mercato e accelerando processi di selezione. I licenziamenti di febbraio alla Gallo di St Helena e quelli annunciati a gennaio da Constellation Brands, che taglierà oltre 200 posti alla cantina Mission Bell, sono il lato più crudo di questa transizione. Le grandi aziende, con strutture e modelli di business pensati per un'epoca di flussi costanti, si trovano a dover ristrutturare. Il paradigma stesso del servizio in sala degustazione è sotto revisione. Già nel 2013, [il report DTC di SVB mostrava](#) come le degustazioni sedute aumentassero il conto medio e i tassi di conversione. Oggi, con i tassi di visita in calo, si osserva un ritorno di disponibilità ad accettare clienti senza appuntamento, **un adattamento pragmatico** per catturare ogni possibile opportunità di vendita.

In questo contesto di rapida evoluzione, la formazione e il confronto diventano cruciali. Per i professionisti del vino che devono navigare questo cambiamento, l'**Annual Wine Sales Symposium del Wine Industry Network** rappresenta un appuntamento strategico. In programma per il 13 maggio a Rohnert Park, in California, il simposio vedrà leader di settore come Susan DeMatei e Candace MacDonald analizzare proprio come le cantine possano compiere questo passaggio. La registrazione anticipata costa 295 dollari e include l'accesso a tutte le sessioni, il pranzo e un evento di networking. Per un'industria alla ricerca di una nuova strada, eventi del genere non sono solo conferenze, ma vere e proprie officine per costruire il futuro del business, bilanciando l'eredità della tradizione con le esigenze imprescindibili di un mercato profondamente mutato.