



Dealcolati, (paura per) i dazi, sostenibilità, enoturismo (in aumento). Le parole-chiave del vino per il 2025

2 Gennaio 2025 

ROMA – Il 2025 che anno sarà per il vino? Certamente questa è la classica domanda da un milione di dollari a cui non esiste risposta univoca, anzi. Partendo dai dati dell'IWSR- International Wine & Spirits Research e arrivando a cosa succede in casa nostra, alcune riflessioni e buoni propositi da cui partire per affrontare il nuovo anno all'insegna del nostro alcolico preferito.

Dazi e nuovi mercati per i vini fermi italiani

Secondo lo scenario tracciato da IWSR, in 10 anni, cresce la preoccupazione per i mercati considerati più attrattivi per i vini fermi. Anche se gli Stati Uniti restano stabili al primo posto di questa classifica su un intervallo che va dal 2015 al 2024, la nuova amministrazione Trump che verrà fa riaffiorare il timore dei dazi sulle importazioni.

In questo caso il vino potrebbe non sarebbe immune e ciò porterebbe a problemi di aumento di prezzo sui prodotti di oltreoceano. Risultato? Tali politiche, qualora dovessero ritenersi attuabili, porterebbero le aziende a fare dietrofront su questi mercati, cercandone altri più vantaggiosi. Infine il wine lover dovrebbe optare necessariamente per prodotti casalinghi.

Alcuni produttori dai grandi numeri ci stanno già provando guardando con favore ai paesi scandinavi e ai paesi del Sud-est asiatico e, sorpresa sorpresa, anche agli Emirati Arabi Uniti. Infatti proprio qui si richiedono prodotti premium da destinare al turismo e quindi, aumenta la domanda di settore e le opportunità di grandi guadagni.

A preoccupare è anche la riforma delle imposte sugli alcolici nel Regno Unito. Si tratta di una normativa che dovrebbe essere attiva dal prossimo febbraio e porterebbe a un aumento significativo dei prezzi sui prodotti di fascia premium con una gradazione alcolica che va da 11,5 a 14,5%. Anche se alcuni produttori si stanno organizzando con prodotti a gradazione alcolica ridotta, la preoccupazione resta.

I dealcolati italiani

In un mondo in cui il vino deve essere sempre meno alcolico, alla luce delle scelte salutiste da parte dei consumatori, è il momento di riflettere sul nolo (no e low alcol). In Italia, dopo non poche polemiche e incertezze, si fa sempre più reale questa opportunità. Infatti, proprio



a ridosso del Natale risale la pubblicazione delle disposizioni nazionali di attuazione del **decreto in materia di vini dealcolati** o a basso tenore alcolico (Disponibili sul sito del Ministero dell'Agricoltura).

Si fa chiarezza sul nome che si deve dare a questa bevanda e – con buona pace del ministro **Francesco Lollobrigida** – si chiamerà vino, anche se avrà un tenore alcolico inferiore agli 8,5 gradi. Si legge che “è possibile ridurre parzialmente o totalmente il tenore alcolico dei vini, dei vini spumanti, dei vini spumanti di qualità, dei vini spumanti di qualità di tipo aromatico, dei vini spumanti gassificati, dei vini frizzanti e dei vini frizzanti gassificati”.

Quindi in Italia, nel 2025, parlare di vini dealcolati non sarà più una chimera e sarà un'opportunità commerciale da considerare. A chiederlo sono i consumatori che si convertono a uno stile di vita salutista anche a tavola, dove il vino, fino a qualche tempo fa, ha assunto un ruolo di fondamentale importanza. Ora però, tutto cambia e per favorire una convivialità consapevole bisogna permettere a tutti di avere nel calice qualcosa con cui brindare. Il nolo è una delle risposte a tali esigenze, comprese anche quelle di chi preferisce restare sobrio per scelta personale e non dettata da necessità mediche o similari.

A interrogarsi su chi e come verranno prodotti i vini dealcolati siamo in tanti, ma vista la complessità strutturale e anche economica si intende, a lanciarsi nell'impresa per primi, saranno i grandi nomi dell'industria vitivinicola, creando prodotti che possano soddisfare le esigenze basiche dei consumatori. Allora gli amanti del territorio e delle varietà dimenticate, soprattutto innamorati delle piccole cantine, dovranno fare un passo indietro e assaporare un calice più “convenzionale” almeno per il momento.

Saranno sostenibili

Nel 2025 si parlerà ancora di sostenibilità, però speriamo in maniera più consapevole e non solo per moda. Quante volte questa parola non ha risposto completamente alle esigenze dei consumatori ed è stata derubricata a uno specchietto per le allodole? Non ci riferiamo assolutamente a chi adotta pratiche ottimali e si dota di certificazioni adeguate allo scopo, ma a chi, ancora, non comprende che la sostenibilità è fatta di tante piccole scelte in favore dell'ambiente. Ne sono un esempio le bottiglie pesantissime che incidono sul costo dei trasporti e sugli imballaggi, molto spesso anche questi fatti di plastica e altri materiali difficili da riciclare.

Ma ancora, le aziende che per produrre una certa tipologia di vino (sì, parliamo di bollicine) sceglie di mandare cisterne su e giù per l'Italia per poi presentare una nuova etichetta “prodotta come tradizione regionale vuole”. Se Roma non è stata costruita in un giorno, forse



è il momento di porre almeno le prime fondamenta per una discussione seria sul rispetto dell'ambiente e pratiche etiche.

Serve più enoturismo consapevole

Infine l'enoturismo italiano, croce e delizia dei produttori di casa nostra. Su questo fronte le notizie sono positive, ma non c'è da stare tranquilli. Secondo il report annuale di **Roberta Garibaldi**, gli italiani amano viaggiare andando alla ricerca di cibo, vino, olio e altre tipicità agroalimentari.

Si legge: "Il 70% degli intervistati dichiara di aver svolto almeno una vacanza negli ultimi tre anni con questa motivazione primaria: le risposte evidenziano un +12% sul 2023 e +49% sul 2016". In sostanza sono 14,5 milioni i potenziali turisti del gusto stimati e le destinazioni preferite, secondo il report che comprende viaggi passati e intenzioni future, la Toscana per il 33,9%, seguita da Emilia-Romagna e Puglia.

Se queste notizie sembrano confortanti, una domanda sorge spontanea: quanto si è pronti ad accogliere il turista del gusto? Ancora molto poco, soprattutto nel sud Italia abituato a un turismo stagionale e, anche in questo caso, non proprio organizzato a puntino. Ma cosa succede quando arriva l'inverno? Tutto va in letargo, compresi i servizi già assenti, le strutture ricettive lavorano a mezzo servizio, così come le cantine che non assicurano accoglienza basic, magari chiudendo le porte al turista consapevole che chiama e cerca di prenotare per tempo la sua visita.

Tutte queste opportunità perse generano meno guadagni e probabilmente, dovrebbero essere un nuovo spunto di riflessione per creare ulteriori flussi di denaro e occasioni per nuovi posti di lavoro. L'enoturismo non è un gioco o una diversificazione commerciale, deve essere un'opportunità da cogliere con intelligenza.