

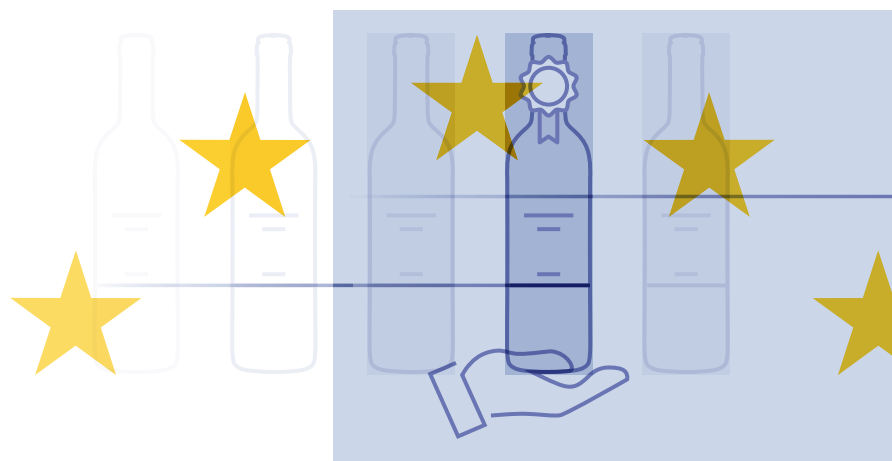


# INFODOC

**MARZO 2026**  
BOLLETTINO MENSILE  
PER IL SETTORE IG

## INFORMAZIONE D'ORIGINE CONTROLLATA

### ACCADE A **MARZO** NEL MONDO DEL VINO



#### **DA LEADER NELLE CERTIFICAZIONI DEL VINO A PLAYER DI PRIMO PIANO NELLE CERTIFICAZIONI AMBIENTALI**

Nel corso degli anni Valoritalia, principale ente di certificazione del settore vitivinicolo con 219 denominazioni controllate e una quota del 60% delle bottiglie made in Italy messe sul mercato, ha via via allargato il proprio raggio d'azione prima al settore agroalimentare con la frontiera del biologico e poi con un ampio spettro di certificazioni di sostenibilità rivolte all'universo delle imprese anche al di là dei settori wine & food.

La diversificazione del portafoglio di certificazioni è iniziata già tempo addietro con l'introduzione, sempre all'interno del comparto agroalimentare, delle certificazioni biologica e di produzione integrata (SQNPI), per poi proseguire con un ampliamento della gamma di standard di sostenibili-

tà: da Equalitas, EquiPlanet e VIVA a ISO 21401 (turismo sostenibile), ISO 14064-1 e ISO 14067 (carbon footprint di organizzazione e di prodotto), fino alla certificazione SQNBA (benessere animale), alle certificazioni sui fertilizzanti e al principio DNSH (Do No Significant Harm).

Con riferimento alla produzione biologica Valoritalia è partner di IFOAM (International Federation of Organic Farming), ASS.O.CERT.BIO (Associazione nazionale Organismi di controllo e Certificazione del Biologico) e AIAB (Associazione Italiana per l'Agricoltura Biologica).

Valoritalia è inoltre è accreditato da diversi istituti internazionali per la certificazione dei prodotti biologici destinati all'export.

L'avvento delle certificazioni di sostenibilità

Altro importante passaggio evolutivo nell'attività di Valoritalia si è avuto con le certificazioni di sostenibilità a partire dallo standard Equalitas, oggi

ampiamente riconosciuto a livello internazionale. Anche in questo caso si è partiti dal settore del vino. Valoritalia ha contribuito, a partire dal 2015, alla costituzione di Equalitas.

Equalitas prevede l'adozione di "buone prassi" nella conduzione agronomica e nella gestione dell'impresa, misurando le performance per mezzo di indicatori in linea con le principali norme ISO e le risoluzioni OIV. Gli indicatori ambientali comprendono Carbon Foot Print, Water Foot Print e Biodiversity Friend, ai quali si aggiungono altri indicatori che rilevano le performance socio economiche.

Al termine del percorso le imprese redigono il Bilancio di Sostenibilità, uno strumento fondamentale per comunicare a consumatori e operatori i risultati ottenuti e gli obiettivi da raggiungere.

Nell'ambito delle certificazioni di sostenibilità, Valoritalia lavora anche con lo standard VIVA

Valutazione dell'Impatto della Vitivinicoltura sull'Ambiente - promosso nel

2011 dal ministero dell'Ambiente con l'obiettivo di misurare la sostenibilità della filiera vitivinicola attraverso l'analisi di quattro indicatori principali: Aria, Acqua, Vigneto e Territorio. Lo Standard Viva prevede il mantenimento nel tempo dei requisiti di sostenibilità ottenuti, nonché il miglioramento delle prestazioni aziendali. Sostenibilità e coerenza con gli obiettivi dell'Agenda ONU 2030

In seguito, Valoritalia ha promosso EquiPlanet, lo standard di sostenibilità, nato per le imprese agroalimentari, ma oggi applicabile alle imprese operanti in tutti i settori (agroalimentare, manifatturiero, tessile, eventi). L'innovativo standard è stato messo a punto da Valoritalia e Santa Chiara Next per rispondere all'esigenza delle imprese di ottenere una certificazione di sostenibilità in linea con l'agenda ONU 2030. Lo standard non certifica la sostenibilità del singolo prodotto, ma la conformità delle politiche e dei processi aziendali agli obiettivi e ai requisiti stabiliti dall'Agenda ONU 2030. Dall'alimentare al turismo sostenibile Tra le novità più recenti di Valoritalia ci sono le certificazioni di turismo sostenibile: dall'applicazione della norma ISO 21401 che stabilisce i requisiti ambientali, sociali ed economici di un Sistema di Gestione per la Sostenibilità (SGS), adottabile da qualsiasi struttura ricettiva, di qualsiasi dimensione essa sia, fino alla certificazione GSTC. Lo standard globale Gstc (Global Sustainable Tourism Council) viene applicato a destinazioni, hotel e tour operator, coprendo gestione sostenibile, impatti socioeconomici, culturali e ambientali, alla base di una gestione del turismo che riduce gli impatti e produce benefici misurabili per territori, comunità e imprese.

Molto più di una certificazione Dal vino all'alimentare, dal biologico alla produzione integrata, dalla sostenibilità in ambito agricolo fino al turismo green, in questi anni l'attività di Valoritalia è stata quella cercare di individuare, anticipandole, le esigenze delle imprese che a loro volta cercano di intercettare le nuove domande di mercato.

Ma soprattutto Valoritalia non si è limitata a certificare, ma ha sempre più spesso supportato le realtà territoriali proponendo soluzioni per le certificazioni di gruppo e strumenti di

innovazione tecnologica. Promuovendo inoltre progetti comunitari, nazionali e regionali, per favorire in questo modo la crescita dei territori.

<https://www.ilsole24ore.com/art/da-leader-certificazioni-vino-player-primopiano-certificazioni-ambientali-AI2WE29B>

**MAXI INTESA UE-AUSTRALIA: DAZI QUASI AZZERATI MA POTRANNO PRODURRE "PROSECCO" E "PARMESAN"**

L'Ue e l'Australia hanno concluso oggi a Canberra i negoziati per un accordo di libero scambio che dovrebbe portare ad una crescita dell'export europeo verso l'isola-continente del 33% nell'arco di un decennio. L'Unione ha stretto con la democrazia australe anche una partnership nella sicurezza e nella difesa che crea un quadro istituzionale mirato ad approfondire e rafforzare la cooperazione bilaterale in questi campi. La presidente della Commissione Ursula von der Leyen ha firmato la dichiarazione congiunta insieme al premier australiano Anthony Albanese oggi a Canberra, dove è andata accompagnata dal commissario al Commercio Maros Sefcovic. L'accordo commerciale con l'Australia rientra nella strategia di diversificazione negli scambi che la Commissione ha praticato con rinnovato vigore dopo il ritorno di Donald Trump e segue le intese siglate con il Mercosur, l'India e l'Indonesia (settembre 2025). Si prevede che con l'accordo di libero scambio (Fta in gergo), l'export europeo verso l'Australia crescerà di un terzo nel giro di dieci anni, raggiungendo un valore annuo di 17,7 miliardi di euro. I settori con un forte potenziale di crescita sono, tra gli altri, quello lattiero-caseario (con un aumento previsto fino al 48%), quello automobilistico (52%) e quello chimico (20%). Gli investimenti dell'Ue in Australia potrebbero crescere di oltre l'87%.

Con questo accordo, l'Ue tutela i suoi interessi nelle materie prime critiche, rendendo le catene di approvvigionamento più solide davanti agli shock geopolitici. L'accordo include inoltre impegni in materia di sostenibilità,

che dovrebbero far sì che le importazioni nell'Ue dall'Australia siano maggiormente in linea con gli standard di produzione dell'Unione in materia di clima, ambiente e benessere degli animali. L'accordo garantirà agli esportatori dell'Ue un accesso privilegiato al mercato australiano, eliminando oltre il 99% dei dazi sulle esportazioni di merci dall'Ue verso l'Australia, con una conseguente riduzione di circa 1 miliardo di euro all'anno di imposte, per le aziende di tutte le dimensioni. Aprirà il mercato australiano dei servizi in settori fondamentali, tra cui i servizi finanziari e le telecomunicazioni e darà maggiore accesso per le aziende dell'Ue agli appalti pubblici australiani. Introdurrà inoltre norme "ambiziose" sui flussi di dati, che vietano i requisiti di localizzazione dei dati; tutelerà le catene di approvvigionamento di materie prime critiche, riducendo dazi alle importazioni e aprendo opportunità di investimento. È previsto un capitolo dedicato alle piccole e medie imprese, per aiutarle ad aumentare le esportazioni.

L'accordo faciliterà anche l'accesso al lavoro in Australia per i professionisti dell'Ue, mentre quote di ingresso per ingegneri e ricercatori stimoleranno l'innovazione europea e australiana. L'Unione ha una bilancia commerciale positiva per i prodotti agroalimentari con l'Australia, pari a 2,3 miliardi di euro di surplus nel 2024. L'accordo eliminerà i dazi doganali sulle principali esportazioni dell'Ue, come formaggi, preparazioni a base di carne, vino e spumante, alcuni tipi di frutta e verdura, comprese le preparazioni, cioccolato e prodotti dolciari. Per i settori agricoli sensibili come la carne bovina, ovina e caprina, lo zucchero, alcuni prodotti lattiero-caseari e il riso, l'accordo consentirà importazioni dall'Australia a dazio zero o ridotto solo in quantità limitate (30mila tonnellate), attraverso contingenti tariffari. Inoltre, l'accordo include un meccanismo di salvaguardia bilaterale, che consente all'Ue di adottare misure per proteggere i prodotti europei sensibili e i loro produttori nell'improbabile eventualità di un aumento delle importazioni dall'Australia che danneggiano il mercato dell'Unione. Il meccanismo di salvaguardia bilaterale sarà reso operativo tramite un regola-

mento Ue autonomo, che consentirà l'attivazione rapida di misure di protezione, nell'eventualità, considerata improbabile, di un aumento imprevisto e dannoso delle importazioni o di un'indebita diminuzione dei prezzi per i produttori dell'Ue.

Inoltre, l'accordo tutela 165 indicazioni geografiche (Ig) agricole e alimentari e 231 Ig di bevande alcoliche, tra cui alcune delle più rinomate come Comté, Irish Whiskey, Queso Manchego, Salam de Sibiu, Istarski pršut ham, Lübecker Marzipan e Masticha Chiou. L'intesa contiene anche un accordo bilaterale sul vino, aggiornando con l'elenco completo delle indicazioni geografiche (Ig) del vino Ue e delle denominazioni tradizionali protette in Australia. Basandosi sul precedente accordo, offrirà protezione a tutte le indicazioni geografiche del vino Ue (1.650 denominazioni), con l'aggiunta di 50 nuove Ig del vino provenienti da 12 diversi Stati membri. C'è anche un meccanismo semplificato per il riconoscimento delle pratiche enologiche conformi all'Organizzazione Internazionale della Vigna e del Vino (OIV). L'Australia è terra di emigranti italiani, quindi in diversi casi si trovano denominazioni italiane, che indicano prodotti realizzati da nipoti e pronipoti di emigranti: tra gli altri casi, è stata trovata una soluzione per la tutela dell'indicazione geografica "Prosecco" in Australia, che impedirà ai produttori australiani di esportare vini con questa denominazione dopo un periodo transitorio di 10 anni dall'entrata in vigore del nuovo accordo. Alcune Igp dell'Ue saranno pienamente protette dopo periodi di graduale eliminazione, relativamente brevi, dei prodotti australiani che in precedenza utilizzavano la denominazione "in buona fede e in modo continuativo". È il caso, ad esempio, di Igp come Pecorino romano (a livello di vendita al dettaglio), Tsipouro, Munster, Vinagre de Jerez e Ouzo.

«Sono molto felice di poter dire che, dopo quasi un decennio di lavoro, di pazienza e di perseveranza, abbiamo concluso l'Accordo di libero scambio tra l'Ue e l'Australia». Lo ha detto la presidente della Commissione europea Ursula von der Leyen nel corso della conferenza stampa a Canberra in occasione della firma dell'accordo

commerciale con l'Australia. «Questo accordo aggiungerà quasi 8 miliardi di dollari al vostro PIL. - ha spiegato - Sarà più facile per l'Australia esportare nell'Unione europea sulla base di standard elevati. Tutte le esportazioni australiane di beni industriali verso l'Ue diventeranno esenti da dazi».

[https://www.lastampa.it/economia/2026/03/24/news/dazi\\_intesa\\_ue\\_australia-15557746/](https://www.lastampa.it/economia/2026/03/24/news/dazi_intesa_ue_australia-15557746/)

### **L'UE ESCLUDE IL VINO DALLE SALVAGUARDIE AUTOMATICHE NELLE NUOVE REGOLE COMMERCIALI DEL MERCOSUR**

L'Unione europea ha pubblicato un nuovo regolamento che definisce le misure di salvaguardia relative all'accordo commerciale con il Mercosur, il blocco commerciale sudamericano. Il regolamento, pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea, dettaglia le procedure specifiche per alcuni prodotti agricoli "sensibili", al fine di evitare gravi danni ai produttori dell'UE. L'elenco dei prodotti sensibili comprende vari tipi di carne, formaggio, latte in polvere, mais, riso, uova, miele, aglio e biodiesel. Questi prodotti saranno soggetti a un monitoraggio automatico e continuo da parte delle autorità dell'UE.

Tuttavia, il vino e le bevande alcoliche non sono inclusi nell'elenco dei prodotti sensibili. Ciò significa che il vino, le bevande a base di vino e gli alcolici non riceveranno lo stesso livello di protezione degli altri prodotti agricoli secondo le nuove regole. L'UE non monitorerà automaticamente le importazioni di questi prodotti dai Paesi del Mercosur. La responsabilità di sorvegliare il mercato e di richiedere un intervento formale spetta invece alle associazioni vinicole europee e alle cantine stesse.

Se i produttori del settore vitivinicolo ritengono che le importazioni dal Mercosur stiano causando un danno significativo - come la diminuzione dei prezzi, il calo delle vendite o la riduzione dei profitti - devono fornire dati relativi ad almeno tre anni a sostegno della loro tesi. Solo se riusciranno a dimostrare un danno grave,

la Commissione europea prenderà in considerazione la possibilità di intervenire. In questi casi, l'UE potrebbe congelare le riduzioni tariffarie previste o ripristinare le tariffe ai livelli precedenti per un periodo massimo di quattro anni.

Il regolamento descrive anche le modalità di richiesta di un'indagine, le modalità di conduzione e monitoraggio delle indagini e le modalità di revisione o estensione delle misure di salvaguardia. Per il momento, il settore vitivinicolo rimane al di fuori dell'ambito di applicazione delle misure di salvaguardia automatiche previste dall'accordo per le altre industrie agricole. Le nuove regole impongono ai gruppi industriali e ai singoli produttori l'onere di monitorare gli sviluppi del mercato e di cercare aiuto se necessario. Il regolamento entra in vigore nell'ambito del più ampio processo di attuazione dell'accordo commerciale UE-Mercosur.

[https://www.vinetur.com/it/2026031997818/eu-excludes-wine-from-automatic-safeguards-in-new-mercotur-trade-rules.html#goog\\_full-screen\\_ad](https://www.vinetur.com/it/2026031997818/eu-excludes-wine-from-automatic-safeguards-in-new-mercotur-trade-rules.html#goog_full-screen_ad)

### **IL PARAGUAY RATIFICA L'ACCORDO COMMERCIALE MERCOSUR-UE, APRENDO LA STRADA ALL'APPLICAZIONE PROVVISORIA**

Dopo oltre 25 anni di negoziati, il blocco del Mercosur ha completato la ratifica del suo accordo commerciale con l'Unione Europea. Il passo finale è stato compiuto con l'approvazione del trattato da parte del Parlamento del Paraguay, dopo le precedenti ratifiche da parte di Argentina, Uruguay e Brasile. Questo passo apre la strada all'applicazione provvisoria dell'accordo, in attesa dell'approvazione definitiva del Parlamento europeo.

L'accordo, firmato il 17 gennaio ad Asunción, crea una delle più grandi aree di libero scambio del mondo. Copre un mercato di circa 720 milioni di persone e un'economia congiunta stimata in 22.000 miliardi di dollari. L'accordo liberalizzerà la maggior parte del commercio tra le due re-

gioni e consentirà a oltre il 90% delle esportazioni del Mercosur di entrare nell'UE senza tariffe.

L'Uruguay e l'Argentina sono stati i primi a ratificare il trattato nei loro parlamenti, descrivendolo come un passo fondamentale per l'integrazione delle loro economie a livello internazionale. Il Brasile ha seguito con un decreto legislativo approvato dal Congresso e promulgato in una sessione congiunta a cui hanno partecipato funzionari governativi. Il vicepresidente brasiliano Geraldo Alckmin ha dichiarato che l'entrata in vigore provvisoria potrebbe avvenire entro pochi mesi, consentendo l'avvio di alcune riduzioni tariffarie prima della piena ratifica in Europa.

Per l'applicazione provvisoria, entrambe le parti devono completare le procedure formali, compreso lo scambio di note diplomatiche. Il Paraguay funge da depositario per il Mercosur, quindi Bruxelles deve inviare una nota al Paraguay, mentre ogni Paese del Mercosur deve notificarlo alla Commissione europea. Una volta terminato questo processo, alcune parti dell'accordo potranno entrare in vigore provvisoriamente dal primo giorno del secondo mese successivo alla notifica.

La piena attuazione dipende dalla ratifica del Parlamento europeo. Prima di votare, i legislatori attendono un parere della Corte di giustizia europea sulla conformità dell'accordo ai trattati dell'UE.

Il patto riguarda il commercio di beni e servizi e include impegni in materia di investimenti, appalti pubblici, standard sanitari e cooperazione normativa. Nell'agricoltura - un settore in cui i Paesi del Mercosur sono altamente competitivi - sarà liberalizzato il 99% del commercio, con l'immediata rimozione delle tariffe su molti prodotti.

Per i Paesi del Mercosur si tratta di un'opportunità per ampliare l'accesso a uno dei mercati più grandi del mondo e diversificare le esportazioni. Per l'UE, significa rafforzare i legami economici con l'America Latina e ottenere l'accesso a una regione ricca di risorse naturali e con un crescente potenziale energetico e agroalimentare.

Il settore del vino e degli alcolici è uno dei principali beneficiari. I produttori europei, in particolare quelli spagnoli, otterranno un accesso più facile ai

mercati del Mercosur, dove le alte tariffe di importazione hanno limitato la loro competitività. In Brasile, le tasse sul vino importato possono superare il 20%, rendendo i prodotti europei più costosi rispetto alle alternative locali o cilene. La graduale eliminazione di queste tariffe consentirà ai vini e agli alcolici europei di raggiungere i consumatori sudamericani a prezzi più competitivi.

L'accordo prevede anche una forte protezione delle indicazioni geografiche. Nomi come Rioja, Cava e Jerez saranno protetti legalmente nei Paesi del Mercosur, impedendo l'uso improprio da parte dei produttori locali e garantendo che solo i prodotti autentici utilizzino queste etichette. Questa certezza giuridica è importante per le aziende europee che investono nella promozione e nella distribuzione del marchio in Sud America.

Il nuovo quadro normativo semplificherà le procedure doganali, riducendo i ritardi burocratici e i costi logistici per gli esportatori. Ciò dovrebbe rendere le spedizioni più rapide e prevedibili, un fattore chiave per mantenere la qualità del prodotto durante il trasporto e soddisfare la domanda di importatori e distributori.

Anche i produttori di alcolici come il brandy e i liquori potranno beneficiare di un migliore accesso al mercato. Con la maturità dei mercati tradizionali in Europa e Nord America, il Sud America offre nuove opportunità di crescita per queste industrie.

L'accordo entrerà in vigore nel 2026 se tutte le parti lo ratificheranno. Esso prevede una riduzione graduale dei dazi su vini, birre e alcolici esportati dall'Europa verso i Paesi del Mercosur. In cambio, alcune bevande alcoliche del Mercosur otterranno un accesso preferenziale al mercato dell'UE.

Un'altra caratteristica dell'accordo è la cooperazione tecnica. Entrambe le parti hanno deciso di collaborare per armonizzare gli standard di etichettatura e le pratiche commerciali, il che dovrebbe ridurre i costi amministrativi e facilitare i flussi commerciali.

Per i Paesi del Mercosur, l'accesso al grande mercato di consumo dell'UE potrebbe incrementare le proprie esportazioni di prodotti agricoli e bevande. Per il settore europeo del vino e degli alcolici, l'accordo offre un

ambiente più stabile per pianificare le strategie di vendita e diversificare le destinazioni di esportazione in un momento in cui i modelli di consumo globale si stanno spostando.

Mentre i processi di ratifica procedono verso il 2026, gli operatori del settore di entrambe le parti si preparano a cambiamenti che potrebbero rimodellare le loro strategie commerciali internazionali per gli anni a venire.

[https://www.vinetur.com/it/2026031897752/paraguay-ratifies-mercotur-eu-trade-deal-paving-way-for-provisional-application.html#goog\\_fullscreen\\_ad](https://www.vinetur.com/it/2026031897752/paraguay-ratifies-mercotur-eu-trade-deal-paving-way-for-provisional-application.html#goog_fullscreen_ad)

**DOP, IGP E STG: IN VIGORE**  
**IL DECRETO ATTUATIVO**  
**DEL REG. UE 2024/1143**

È in vigore il DM 22 dicembre 2025 del Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale n. 62 del 16 marzo 2026, che attua, per l'ordinamento italiano, il Reg. UE 2024/1143 in materia di indicazioni geografiche dei vini, delle bevande spiritose, dei prodotti agricoli e di specialità tradizionali garantite (STG).

Il decreto ridisegna in modo organico le procedure nazionali di registrazione, modifica e cancellazione delle DOP e IGP dei vini, delle IG delle bevande spiritose, delle DOP/IGP dei prodotti agricoli e delle STG, coordinandole con il nuovo quadro europeo e con i regolamenti delegati e di esecuzione del 30 ottobre 2024.

Viene definito con precisione il ruolo dei gruppi di produttori e dei consorzi di tutela, che risultano al centro dei procedimenti: dalla domanda iniziale, che deve essere corredata da disciplina, documento unico e relazioni tecnica, storica e socio-economica, fino alle fasi di consultazione pubblica e di opposizione nazionale e UE.

Per le DOP e IGP dei vini il decreto in commento si coordina con la L. 238/2016, confermando il ruolo del Comitato nazionale vini DOP e IGP e rafforzando i requisiti di rappresentatività dei richiedenti, in particolare nelle ipotesi di passaggio da IGT a DOC e da DOC a DOCG e nelle modifiche della zona di produzione o imbottigliamento. Per le bevande spiritose, oltre a di-

sciplinare le IG di rilievo nazionale, il testo concentra presso il Ministero la gestione delle domande e prevede relazioni tecniche e storiche mirate a dimostrare il legame tra qualità, reputazione e origine geografica.

Sul fronte dei prodotti agricoli e delle STG, le nuove regole chiariscono la composizione dei gruppi proponenti, i contenuti minimi delle relazioni a supporto del legame con il territorio o della tradizionalità del metodo di produzione, nonché le specifiche procedure di opposizione e di modifica dei disciplinari già registrati.

Un capitolo centrale è dedicato ai controlli: l'ICQRF è designato quale autorità competente per i controlli ufficiali e la tutela delle IG e STG sul mercato, inclusi commercio elettronico e fasi di deposito e distribuzione, mentre gli organismi di controllo privati sono autorizzati e vigilati secondo criteri armonizzati, con obbligo di accreditamento ISO 17065 per i prodotti agricoli.

Il decreto in commento abroga le precedenti disposizioni nazionali di attuazione del Reg. UE 1151/2012 e delle norme sulle IG delle bevande spiritose, prevedendo un regime transitorio per le domande già presentate entro il 31 marzo 2026 e la possibilità di aggiornare gli allegati tecnici con atti dipartimentali.

<https://www.quotidianopiu.it/dettaglio/15078853/dop-igp-e-stg-in-vigore-il-decreto-attuativo-del-reg-ue-20241143>

### **LIANTONIO (VALORITALIA): CONSORZI PIÙ SOLIDI IN GRADO DI AGGREGARE UN ELEVATO NUMERO DI DENOMINAZIONI**

L'industria del vino italiano si trova oggi davanti a un bivio che è al contempo numerico e filosofico. Da un lato, i dati raccontano di un arretramento dei rossi e di una frammentazione che rischia di rendere invisibili le piccole eccellenze; dall'altro, emerge la voce di chi, come Francesco Liantonio, Presidente di Valoritalia, invita a una lettura più profonda e meno ansiogena dei cicli di mercato.

In questa intervista, Liantonio non si limita a commentare le percentuali, ma traccia la rotta di una metamorfosi strutturale. Il suo è un pragma-

tismo lucido: se è vero che le abitudini di consumo sono drasticamente cambiate rispetto al secolo scorso, la soluzione non risiede in una fuga precipitosa dalle tradizioni, ma in una riorganizzazione coraggiosa.

L'intervista tocca i nervi scoperti del comparto:

La fine del mito del "piccolo è bello": la necessità vitale di aggregare le micro-denominazioni in consorzi solidi per non sparire dai radar globali.

L'innovazione silenziosa: l'ingresso dell'intelligenza artificiale, con la piattaforma TESSA, non come esercizio di stile, ma come strumento di trasparenza e velocità per la certificazione. La resilienza del "Modello Italia": una capacità di adattamento che ci permette di soffrire meno di fronte ai competitor francesi o cileni, grazie a un'offerta che copre ogni segmento.

Quello che emerge è il ritratto di un settore che, pur navigando nell'incertezza dei mercati internazionali, ritrova la sua bussola nella sostenibilità reale e nella forza di gruppi capaci di fare sistema. Liantonio ci restituisce una visione dove l'identità del territorio non viene sacrificata alle logiche distributive, ma anzi, viene protetta da una gestione più manageriale e tecnologica della filiera.

Il crollo dei vini rossi (-13%) e la contemporanea crescita di bianchi (2,7%), rosati (5,7%) e bollicine (1%) non è più una dinamica passeggera. Il modello produttivo italiano, storicamente sbilanciato sui grandi rossi, deve affrontare una riconversione strutturale dei vigneti o ritiene che possano esserci altre soluzioni?

È senza dubbio vero che da alcuni anni assistiamo ad un mutamento delle preferenze dei consumatori che inevitabilmente si riflette sui volumi delle tipologie immesse sul mercato. Tuttavia, in base alla mia personale esperienza, sarei portato a non enfatizzare troppo questo processo, cioè a non considerarlo come definitivo: la storia dimostra che le preferenze dei consumatori attraversano cicli più o meno lunghi e ciò che oggi appare una verità assoluta in pochi anni potrebbe essere nuovamente smentita. Le faccio un esempio pratico: per un paio di decenni i vini rosati sono stati considerati letteralmente 'morti', oggi

hanno invece assunto una posizione centrale nella nostra offerta. Le mode cambiano e le imprese si adattano, ma è presto per parlare di riconversione tout court. I grandi rossi continueranno ad esistere, su questo non ho alcun dubbio.

A mio avviso sono altri i fattori che incidono sul comparto, a partire dal progressivo calo dei consumi che dura oramai da alcuni decenni. Negli anni '60 del secolo scorso Italia e Francia, i maggiori produttori e consumatori mondiali, avevano un consumo di vino posizionato attorno ai 120 litri pro-capite, oggi siamo scesi a 30 litri pro-capite; in Germania, il nostro principale mercato export europeo, i consumi si sono stabilizzati attorno ai 20 litri pro-capite, un livello analogo a quello di mezzo secolo fa. I consumi sono cresciuti negli USA, ed infatti i produttori di tutto il mondo si sono riversati su quel mercato, ma negli ultimi anni la crescita si è arrestata. Si potrebbero fare le stesse considerazioni sui mercati del nord Europa, ma la sostanza rimarrebbe la stessa: la domanda globale è stabile e tendenzialmente decrescente. Questa è la realtà con la quale le imprese devono fare i conti. Poi ci sono altri fattori di debolezza strutturale, come la frammentazione produttiva, ma il discorso ci porterebbe lontano.

I vini IGT segnano un pesante -12%. Questo dato indica che il consumatore, in tempi di incertezza economica, preferisce rifugiarsi nelle DOC e DOCG, o stiamo assistendo alla progressiva erosione della base della piramide qualitativa italiana?

Anche questo è un dato che va contestualizzato. Nel 2023 l'insieme delle IGT italiane aveva mostrato una variazione positiva sull'anno precedente, il 2022, del 16,6%, e dell'8,1% sulla media dei 4 anni precedenti. Di converso, sempre nel 2023, DOC e DOCG avevano subito un calo sull'anno precedente del 2,8% e del 5,7%. Ciò che voglio dire è che non è sufficiente il calo di un anno, seppur consistente, per poter parlare di "erosione della base della piramide qualitativa". A mio avviso, il modello produttivo italiano funziona proprio perché riesce a adattarsi alle congiunture; in tal modo, le imprese possono contare su valide alternative produttive e commerciali in

base ai differenti contesti socio-economici che devono affrontare.

Il recente evidenzia la debolezza delle micro-denominazioni (<10k ettolitri), che calano del 7,2%. In un mondo globalizzato, il concetto di "piccolo è bello" sta diventando un limite alla sopravvivenza? Qual è la massa critica minima per non sparire dai radar del mercato? Il dato mette in luce un problema reale, è inutile girarci attorno. In Italia abbiamo un numero straordinario di denominazioni, spesso piccolissime. Talvolta si tratta di denominazioni che esistono solo sulla carta o che vengono utilizzate da pochissimi operatori, o ancora che commercializzano poche decine di ettolitri l'anno. La proliferazione eccessiva di denominazioni non contribuisce a formare un mercato trasparente e competitivo, perché è del tutto evidente la difficoltà di commercializzare e affermare dei marchi collettivi quando scarseggia la materia prima, cioè il prodotto.

Ma non è la soglia dimensionale a costituire il problema principale. La compresenza di grandi, medie, piccole e piccolissime denominazioni esprime piuttosto la ricchezza del nostro Paese. Potrebbe anche trasformarsi in valore commerciale, a patto di aggregarne la rappresentanza in organismi più ampi. Credo di non essere il solo ad avvertire la necessità di costituire organizzazioni consortili più solide e strutturate, dotate di risorse e competenze in grado di assolvere con efficacia alle sfide del mercato. I modelli di riferimento sono l'IMT marchigiano, il Consorzio del Barbera d'Asti e dei Vini del Monferrato, il Consorzio del Barolo e Barbaresco, strutture che aggregano un elevato numero di denominazioni e a tutte loro garantiscono tutela e promozione. Un esempio che dovrebbe essere seguito da molti territori vitivinicoli.

Al contrario, le denominazioni medio-grandi (50-150k hl) crescono del 4%, mentre le 14 grandi denominazioni con volumi superiori a 150 mila ettolitri hanno fatto registrare una perdita del 2,7%. Qual è il "segreto" di questa fascia dimensionale? È un equilibrio perfetto tra capacità industriale e narrazione del territorio o sono altre le ragioni?

Il loro segreto, se così si può definire, è di rappresentare alcune delle

eccellenze più iconiche del panorama vitivinicolo italiano, come Bolgheri, Barolo e Barbaresco. Inoltre, al loro interno operano realtà imprenditoriali di primo piano, dinamiche e radicate sui mercati internazionali. Questi fattori fanno la differenza.

Ma anche in questo caso tenderei a non attribuire al dato di un anno un significato di tendenza generale. Considerando il lungo periodo, per entrambe le fasce emerge una certa stabilità nelle performance, ovviamente accompagnate da oscillazioni annuali del tutto naturali in contesti economici competitivi.

I primi cinque operatori che rappresentano solo lo 0,1% delle imprese controllano il 18% dei volumi imbottigliati. Questa progressiva concentrazione verso pochi grandi player è un segnale di maturità del settore o il rischio è che l'identità dei territori venga sacrificata sull'altare delle logiche distributive globali?

La concentrazione dei volumi in grandi player non deve sorprendere, non è una novità. I nostri dati ci dicono che almeno negli ultimi 5 anni la quota di queste aziende si è attestata attorno al 17/18% e, come dice lei, potrebbe essere interpretato come un segno di maturità del comparto. D'altra parte, l'elevata concentrazione non ha impedito l'affermarsi delle aziende medio piccole di grande pregio e notorietà; fortunatamente, il mercato è grande ed è aperto a tutti.

Inoltre, non credo affatto che la presenza di grandissimi gruppi inibisca l'affermarsi di identità territoriali. Piuttosto è vero il contrario. Ricordo solo che questi ultimi operano da decenni su molte denominazioni e sono presenti in tutti i territori vitivinicoli di pregio, senza che questo sia mai stato percepito come un problema di snaturamento dell'identità. Non voglio fare i nomi, ma in alcuni casi sono stati proprio i grandi gruppi a favorire il successo sui mercati internazionali di denominazioni oggi considerate di punta. Con il debutto di TESSA avete introdotto l'intelligenza artificiale nel cuore della vostra certificazione. Al di là della velocità di calcolo, in che modo questa tecnologia ha cambiato il vostro lavoro?

Premetto che noi di Valoritalia attraversiamo una fase di profonda tra-

sformazione, grazie a investimenti mirati ad aggiornare i nostri sistemi operativi. Investendo in TESSA - la nostra nuova piattaforma gestionale - abbiamo deciso di fare un salto evolutivo guardando in avanti, con l'obiettivo di migliorare i servizi per i Consorzi di Tutela - i nostri principali interlocutori della filiera - e le imprese, ma anche con l'intento di adottare nuove metodologie operative.

In tal senso, le collaborazioni con Microsoft ed EOS sono state determinanti, perché hanno fornito il supporto tecnologico senza il quale non si potrebbe parlare di vera e propria innovazione. Entrando più nel merito, in TESSA confluiscono una serie di tecnologie che implicano maggiore sicurezza e maggiore velocità di calcolo; TESSA integra la Business Intelligence, che consente di elaborare enormi quantità di dati in tempo reale e generare una reportistica fondamentale per le politiche dei Consorzi; integra la IA, che agisce e agirà sempre più nel controllo e nell'automazione dei processi. Ad esempio, in questo momento stiamo sperimentando la translitterazione dei file di testo che contengono indicazioni di movimento, come gli imbottigliamenti, direttamente sul nostro gestionale, un'innovazione che consentirà all'operatore di concentrarsi nella supervisione dell'intero processo di tracciabilità.

L'export italiano perde il 3%, ma competitor come Australia (-15%), Cile (-10%) e Francia (-4,5%) subiscono cali più significativi. Secondo lei siamo stati più reattivi e capaci di diversificare i mercati, la "resilienza del brand Italia" ci sta proteggendo oppure ci sono altri motivi?

La produzione italiana copre tutti i segmenti di mercato e tutti i gusti dei consumatori. Inoltre, abbiamo imprese veloci e capaci; infine, possiamo contare su una rete commerciale che si estende su tutti i continenti. Questi sono i caratteri che ci rendono più reattivi e resilienti.

Il Presidente di Federdoc, Gallarati Scotti Bonaldi, ha invocato una riforma organizzativa del settore. Se potesse scrivere lei il primo punto di questa riforma, su cosa interverrebbe prioritariamente?

Concordo con il presidente di Federdoc: chiederai una riforma organiz-

zativa del settore spingendo verso la creazione di Consorzi di Tutela di più ampia dimensione territoriale, che aggregino più denominazioni. Valorialta certifica standard come Equalitas e Viva. I dati del 2025 confermano che la sostenibilità è un driver di vendita reale o rimane ancora un "bollino" percepito positivamente dal consumatore ma che non garantisce un riscontro economico tangibile? La sostenibilità non è un orpello per farsi belli verso i consumatori. È un'esigenza reale del mercato che sempre più tenderà a premiare le aziende virtuose. D'altra parte, se non fosse così non si capirebbe come mai sempre più imprese adottano questi standard. Infine, una riflessione personale: dopo quindici anni di Valorialta, qual è la sfida che la preoccupa di più e quale quella che, invece, la fa sentire più fiducioso della nostra filiera vitivinicola? È una domanda impegnativa, non c'è dubbio. È certamente preoccupante l'incertezza che domina sui mercati: per investire le imprese devono avere certezze e devono poter immaginare uno scenario di medio-lungo periodo. Sono invece fiducioso sulle capacità delle nostre imprese: abbiamo attraversato momenti difficili anche nel recente passato, supereremo anche questo.

<https://www.winemeridian.com/approfondimenti/interviste/intervista-francesco-liantonio-valorialta-analisi-mercato-vino-marzo-2026/>

**IL VINO È UN TOCCASANA PER LA SALUTE SE BEVUTO CON MODERAZIONE E ASSOCIATO ALLA DIETA MEDITERRANEA**

Un consumo di vino moderato può portare dei benefici per la salute? Questa è una delle domande che, da anni, la scienza si pone. E, non a caso, studi e ricerche nel tempo si sono moltiplicati, con risultati non sempre uniformi, per fare luce sugli eventuali benefici, o meno, che ci possono essere tra un consumo moderato di vino e la salute. Ad aprire un nuovo capitolo, è uno studio pubblicato sull'“European Heart Journal”, una delle principali riviste europee di cardiolo-

gia, e condotto dai ricercatori dell'Istituto di Nutrizione e Salute dell'Università di Navarra (in collaborazione con l'Hospital Clínic di Barcellona), realtà da tempo sensibile e in prima fila sul tema, che sta portando avanti il progetto “Unati” (University of Navarra Alumni Trialists Initiative), ritenuto il più grande studio sul rapporto tra consumo di alcol e salute mai condotto fino ad ora a livello mondiale (e di cui, più volte, abbiamo parlato su WineNews). Tornando alla ricerca in questione, tra le conclusioni tratte, una è decisamente interessante e può aprire nuove prospettive. Come ha, infatti, spiegato l'Università di Navarra, un consumo moderato di vino in persone che aderiscono rigorosamente alla Dieta Mediterranea riduce la mortalità fino al 33%. Ma, allo stesso tempo, lo studio afferma anche che il potenziale effetto benefico del vino sulla salute cardiovascolare e sulla mortalità non è universale né indipendente dal contesto. La principale novità scientifica di questo lavoro, ha sottolineato l'ateneo spagnolo, è che si tratta del primo studio ad analizzare separatamente il ruolo del vino all'interno della Dieta Mediterranea, consentendo ai ricercatori di distinguere se il potenziale beneficio sia dovuto a questa bevanda, ad altre bevande alcoliche o alla dieta nel suo complesso.

La ricerca combina i dati di due studi, “Predimed” e “Sun”: complessivamente, oltre 18.000 persone sono state monitorate per più di 20 anni per valutare la relazione tra l'adesione alla Dieta mediterranea, con e senza consumo di vino, e l'insorgenza di eventi cardiovascolari maggiori, come infarto o ictus, nonché la mortalità per qualsiasi causa. Nello studio “Predimed”, i soggetti che aderivano con rigore alla Dieta Mediterranea, escludendo il vino, hanno mostrato una riduzione del 23% della mortalità complessiva. Ma quando a questo regime alimentare si aggiungeva un consumo moderato di vino (almeno 7 bicchieri a settimana, ma meno di 3 al giorno), la riduzione della mortalità aumentava al 33%, quindi con un ulteriore incremento del 10%, e si registrava anche una minore incidenza di eventi cardiovascolari. Tuttavia, superati i 3 bicchieri al giorno, il beneficio scompariva. Quindi quando “Predimed” e

“Sun” sono stati analizzati insieme, la significativa associazione con una minore mortalità si è mantenuta solo in coloro che soddisfacevano entrambe le condizioni: elevata aderenza alla Dieta Mediterranea e consumo moderato di vino.

“Questi risultati forniscono nuove prove che la relazione favorevole tra vino, salute cardiovascolare e mortalità è contesto-dipendente e appare solo nell'ambito di una Dieta Mediterranea ben seguita con un consumo da basso a moderato”, ha spiegato il dottor Miguel Ángel Martínez-González, primo autore dello studio, professore di Medicina Preventiva e Sanità Pubblica all'Università di Navarra e membro della Rete del Centro di Ricerca Biomedica per la Fisiopatologia dell'Obesità e della Nutrizione (CiberObn), nonché tra i massimi esperti e conoscitori della Dieta Mediterranea. “I nostri dati non indicano che il vino o l'alcol in piccole dosi siano di per sé benefici, ma piuttosto che, all'interno di una Dieta Mediterranea di alta qualità, e in quantità basse o moderate, si osserva un effetto favorevole”.

Lo studio mette, quindi, in discussione l'idea di un effetto protettivo generale del vino e ribadisce l'importanza del modello alimentare complessivo rispetto ai singoli alimenti o bevande. In particolare, per Martínez-González, “questi risultati non rappresentano, quindi, un invito generale a bere, bensì una conferma del “modello alimentare mediterraneo tradizionale”. Il vino rosso non agisce da solo: i suoi benefici sembrano essere condizionati dalla presenza di altri componenti antinfiammatori benefici della Dieta Mediterranea, come l'olio extravergine di oliva, i legumi, la frutta, la verdura e la frutta secca”.

Risultati che, di riflesso, fanno aumentare l'attesa per gli esiti del progetto “Unati” (iniziativa degli ex-studenti dell'Università di Navarra). Lo studio, sviluppato in collaborazione con oltre 500 medici in tutto il Paese, mira a raggiungere 10.000 partecipanti, di cui oltre 7.000 sono già stati reclutati in Spagna. “Unati” confronterà il consumo moderato di alcol con l'astinenza per determinare se gli effetti osservati in studi precedenti siano dovuti all'alcol o ad altre sane abitudini associate allo stile di vita mediterraneo. Lo stu-

dio è ancora aperto a nuovi volontari, uomini e donne di età compresa tra i 50 e i 75 anni che consumano regolarmente alcolici. Oltre ad analizzare la salute cardiovascolare e il rischio di cancro, lo studio prevede test oggettivi e controlli sistematici per garantire la massima accuratezza e affidabilità dei dati. Il progetto, fa sapere l'ateneo della Navarra, è finanziato con 2,5 milioni di euro tramite un Advanced Grant dell'European Research Council (Erc), integrato dal supporto del Governo della Navarra, dell'Università di Harvard e dell'Istituto di Salute Carlos III.

[https://winenews.it/it/il-vino-e-un-toccasana-per-la-salute-se-bevuto-con-moderazione-e-associato-alla-dieta-mediterranea\\_585079/](https://winenews.it/it/il-vino-e-un-toccasana-per-la-salute-se-bevuto-con-moderazione-e-associato-alla-dieta-mediterranea_585079/)

**IL CALICE AMARO DEL PROTEZIONISMO: PERCHÉ IL VINO EUROPEO È FINITO NEL MIRINO DELLA CINA**

Il vino, per l'Europa, non è mai stato solo una questione di agricoltura o di commercio; è un simbolo di identità, cultura e prestigio internazionale. Eppure, nelle ultime ore, le pregiate bottiglie provenienti dai vigneti di Francia, Italia e Spagna sembrano aver assunto un nuovo e meno nobile ruolo: quello di "ostaggio" diplomatico in una complessa partita a scacchi commerciale tra l'Unione Europea e la Cina.

La miccia francese e il rischio escalation  
Al centro della nuova tensione c'è una proposta dirompente arrivata dal Haut-Commissariat à la Stratégie et au Plan, un organismo consultivo che risponde direttamente al Primo Ministro francese che in questo momento è Sébastien Lecornu. Il rapporto suggerisce misure drastiche per contrastare l'eccesso di importazioni cinesi a basso costo: un dazio uniforme del 30% su tutte le merci provenienti dalla Cina o, in alternativa, una svalutazione dell'euro rispetto al renminbi (moneta cinese).  
Sebbene si tratti ancora di una proposta in fase di studio e non di una politica ufficiale, la risposta di Pechino non si è fatta attendere. Attraverso i canali mediatici statali, come l'account social Yuyuan Tiantian (legato

alla China Media Group), il messaggio è stato cristallino: se l'Europa dovesse procedere con dazi considerati discriminatori, la Cina sarebbe pronta a colpire uno dei settori più sensibili per l'export europeo: il vino.

Numeri di un mercato sotto assedio  
Il peso economico di questa minaccia è rilevante. Nel 2024, le esportazioni di vino dall'UE verso la Cina hanno toccato i 700 milioni di dollari, con la Francia che da sola copre quasi la metà di questo valore. I dati doganali del 2025 confermano che nazioni come Francia, Italia, Spagna e Germania rimangono tra i primi dieci fornitori della Cina, con il prodotto francese che vanta una quota di mercato del 29,6%, pari a circa 420 milioni di dollari.

Alcuni esperti suggeriscono che Pechino stia valutando seriamente l'apertura di indagini anti-dumping e anti-sovvenzioni, uno strumento già utilizzato in passato con effetti devastanti. Il precedente del 2021 con l'Australia – colpita da dazi punitivi tra il 116% e il 218% che hanno virtualmente azzerato la sua presenza sul mercato cinese per tre anni – funge da monito per i produttori europei.

Una storia che si ripete: dai pannelli solari al vino

Non è la prima volta che il settore vitivinicolo si trova in prima linea. Già in passato, José Ramon Fernandez, segretario generale del CEEV (Comité Européen des Entreprises Vins), aveva denunciato come il comparto fosse stato preso in ostaggio in seguito alla decisione della Commissione Europea di imporre dazi sui pannelli solari cinesi. All'epoca, l'UE aveva accusato Pechino di vendere pannelli sottocosto (per un valore di 21 miliardi di euro nel 2011), scatenando una spirale di ritorsioni che ha toccato anche tubi d'acciaio, ceramiche e prodotti chimici come la toluidina.

Oggi, il clima è altrettanto teso. Mentre il Ministro delle Finanze francese Roland Lescure definisce "insostenibile" l'enorme surplus commerciale della Cina con l'Europa, Pechino ribatte che la competitività dei suoi prodotti non deriva da sussidi sleali, ma da massicci investimenti in ricerca e sviluppo e da una filiera industriale completa.

Il bivio: guerra commerciale o dialogo?

La risposta cinese si mantiene ferma: "Combatteremo se dovremo, ma le nostre porte restano aperte per parlare". Il rischio concreto è quello di una "lose-lose situation", un esito in cui entrambe le parti perdono: i produttori europei rischierebbero di essere esclusi da un mercato cruciale, mentre i consumatori cinesi perderebbero l'accesso a prodotti d'eccellenza.  
In questo scenario, il vino non è più solo un piacere per il palato, ma il termometro di una relazione geopolitica sempre più fragile. La speranza degli operatori del settore, come auspicato a più riprese dalla Commissione Europea, resta quella di una "soluzione amichevole" che possa attenuare la tensione prima che il calice amaro del protezionismo venga servito definitivamente a tavola.

<https://www.winemeridian.com/mercato/dazi-cina-vino-europeo-ritorsioni-francia-febbraio-2026/>

**EXPORT VINO ITALIANO NEL 2025: VENETO, TOSCANA E PIEMONTE SUL PODIO, MA IN LIEVE CALO SUL 2024**

Con il dato 2025 dell'export di vino italiano andato in ribasso sull'anno precedente, ma non crollato, a 7,7 miliardi di euro in valore (-3,7% sul 2024 del record assoluto) e 2,1 miliardi di litri in volume (-1,8%), anche tra le singole regioni del Belpaese c'è chi ha fatto più fatica rispetto ad altre (dal peso dei dazi Usa al calo dei consumi, fino alle tensioni geopolitiche, tra i fattori che hanno influito maggiormente), ma, ed è importante sottolinearlo, i dati in valore mostrano anche realtà geografiche che hanno addirittura superato i numeri 2024 anche se, rispetto al primo semestre 2025, la flessione appare generale. Il "borsino regionale" sull'export dei vini dell'Istat, riportato da WineNews, mostra il Veneto, la terra del Prosecco, dei vini della Valpolicella, del Soave e del Pinot Grigio delle Venezie, e non solo, restare saldo al n. 1 con un valore di 2,92 miliardi di euro di vino esportato nel 2025 (-1,2% sul 2024), coprendo il 36,7% del vino nazionale venduto nel mondo. Posizione n. 2 per la Toscana (che oggi ha messo in scena a Firenze "Buy Wine", con 175 buyers da 47 Paesi), la terra del Chian-

ti Classico e di Bolgheri, dell'Igt Toscana e del Chianti, della Maremma e del Brunello di Montalcino, del Vino Nobile di Montepulciano e della Vernaccia di San Gimignano, a 1,17 miliardi di export (-2%), regione che rappresenta il 14,8% del vino italiano esportato. Il podio si chiude con il Piemonte che resta dietro per un soffio alla Toscana, con 1,15 miliardi di euro di export nel 2025 per la patria del Barolo e del Barbaresco, della Barbera d'Asti e dell'Alta Langa, del Gavi e dell'Asti, tra gli altri, con un calo del -2,2% sul 2024 e una quota del 14,6% sull'export nazionale. Veneto, Toscana e Piemonte, messe insieme, incidono per il 66,1% nel totale di vino italiano esportato, due terzi del dato complessivo.

Posizione n. 4 per il Trentino Alto Adige/Südtirol, terra di grandi bianchi e del Trentodoc, tra gli altri, a 553,9 milioni di euro (-7,7%), che precede l'Emilia-Romagna del Lambrusco e del Sangiovese di Romagna (ma non solo) a 423,8 milioni di euro (-7,3%). Importante crescita, invece, per la Lombardia, terra del Franciacorta, ma anche di altre eccellenze, a 331,4 milioni di euro (+7,1%), mentre cala significativamente l'Abruzzo con i suoi Montepulciano d'Abruzzo, Trebbiano e Cerasuolo, tra i vini di riferimento della regione, a 228,9 milioni di euro di export (-13,3%), sorpassato dalla Puglia del Primitivo e non solo, che sale a 242,1 milioni di euro (+5,9%), ma anche dal Friuli Venezia Giulia, celebre soprattutto per i grandi bianchi del Collio, per il suo Friulano che "fu Tocai", e non solo, che segna 238,1 milioni di euro di export nel 2025 con un positivo +8,3%. Chiude la "top 10", mantenendosi in territorio positivo, la Sicilia, una delle regioni simbolo del vino italiano, con i suoi tanti territori, dal "diamante" Etna a Vittoria, da Menfi a Noto, da Marsala a Pantelleria, con 153,2 milioni di euro in valore (+1,6%).

[https://winenews.it/it/export-vino-italiano-nel-2025-veneto-toscana-e-piemonte-sul-podio-ma-in-lieve-calo-sul-2024\\_584662/](https://winenews.it/it/export-vino-italiano-nel-2025-veneto-toscana-e-piemonte-sul-podio-ma-in-lieve-calo-sul-2024_584662/)

**NON CAMBIA IL TREND DELLE GIACENZE DI CANTINA IN ITALIA:**

**A FEBBRAIO 2026 +5,8% SUL 2025**

I consumi di vino continuano a marciare ad un passo regolare, ma lento, e di conseguenza è stabile anche il trend delle giacenze di cantina: se il dato del 31 gennaio 2026 segnalava un surplus delle scorte del +5,9% sulla stessa data 2025, i numeri aggiornati al febbraio 2026 dicono +5,8% rispetto ad un anno fa, per un totale di 58,6 milioni di ettolitri di vino, a cui vanno aggiunti 6 milioni di ettolitri di mosti (+34,2%) e 421.711 ettolitri di vino nuovo ancora in fermentazione (+38,4%). A dirlo l'aggiornamento di "Cantina Italia" dell'Icqr, che, dunque, segnala una certa stabilizzazione dei flussi di prodotto che escono dalle cantine.

Poco cambia anche nella composizione delle giacenze: il 53,7% del vino detenuto è a Dop, in prevalenza vini bianchi (49,3%). Il 26,6% del vino è a Igp in prevalenza rosso (53,6%), mentre i vini varietali detenuti costituiscono appena l'1,6% del totale, ed il 18,1% è costituito da altri vini generici.

E resta alta anche la concentrazione dal punto di vista della provenienza: su 531 tra Dop e Igp registrate, 20 denominazioni mettono insieme il 58,5% del totale delle giacenze dei vini ad Indicazione geografica. E con le prime tre che fanno da sole il 20%, visto che più di 1 litro di vino su 10 è rappresentato dal Prosecco Doc (11,5% delle giacenze di vini Dop o Igp italiani, con 5,3 milioni di ettolitri), davanti all'Igp Puglia (2,1 milioni di ettolitri, 4,6%) e all'Igt Toscana (1,8 milioni di ettolitri, 3,9%).

[https://winenews.it/it/non-cambia-il-trend-delle-giacenze-di-cantina-in-italia-a-febbraio-2026-58-sul-2025\\_584522/](https://winenews.it/it/non-cambia-il-trend-delle-giacenze-di-cantina-in-italia-a-febbraio-2026-58-sul-2025_584522/)

**DAZI TRUMP E DOLLARO DEBOLE FANNO PIANGERE IL VINO ITALIANO SU SCAFFALI USA (-12%). NOMISMA:**

**DA BRASILE A EST ASIATICO ECCO I NUOVI MERCATI**

I dati sulle importazioni di vino negli Stati Uniti certificano il trend negativo che si era già palesato in manie-

ra chiara a partire da aprile e che ha condotto ad una flessione per l'anno 2025 pari a quasi -12% a valore, con il mercato che si è attestato intorno ai 5,5 miliardi di euro.

L'indebolimento del dollaro e l'applicazione dei dazi hanno portato i nodi al pettine di una situazione di mercato che già subiva i contraccolpi negativi del calo dei consumi di vino in essere già da alcuni anni e che l'euforia post-covid aveva tenuto nascosto.

Secondo l'ultima rilevazione di Wine Monitor - l'Osservatorio di Nomisma dedicato al mercato del vino, che fornisce aggiornamenti continuativi sulle dinamiche del mercato - solo la presa in carico di una quota dei dazi imposti dall'Amministrazione Trump a scapito della propria marginalità da parte di produttori e importatori ha permesso di evitare un crollo dal lato dei volumi. In questo scenario, per quanto riguarda le esportazioni di vini italiani DOP negli USA, i volumi spediti fino a novembre 2025 si attestavano a 2,37 milioni di ettolitri per un valore pari a 1,3 miliardi di euro, evidenziando una contrazione rispettivamente del -2,6% e del -6,2% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

La flessione si osserva soprattutto nel segmento dei vini rossi Dop, dove toscani, piemontesi e veneti hanno lasciato sul campo una riduzione a valore superiore al 7%.

Fanno eccezione i bianchi siciliani (+12%) e i bianchi toscani (+39%) mentre le esportazioni di Prosecco si mantengono in territorio positivo sul fronte dei volumi (+1,3%) malgrado il calo a valore (-2%).

**SU QUALI MERCATI EXTRA EUROPEI SI ORIENTA L'INTERESSE DEGLI ESPORTATORI?**

Per compensare la preoccupante flessione registrata sul mercato statunitense, i produttori di vino stanno intensificando l'attività di posizionamento e sviluppo su altri mercati di destinazione. Purtroppo, però, il consuntivo 2025 degli altri top mercati di consumo di vino non sembra aver regalato grandi soddisfazioni alle nostre imprese.

Nel 2025 la Cina ha evidenziato una flessione delle importazioni totali di vino, attestandosi su volumi di poco superiori ai 2 milioni di ettolitri e un valore complessivo pari a circa 1,3 miliardi di euro. Nel dettaglio, le quanti-

tà importate e il valore registrano un calo significativo su base annua.

Le riduzioni coinvolgono tutte le categorie di prodotto con la sola eccezione degli spumanti, per i quali le quantità risultano in crescita a fronte di valori in contrazione. Per quanto riguarda il vino italiano, il calo nei valori supera il 15%.

Le importazioni di vino risultano in flessione anche in Giappone, con gli acquisti dall'estero che si attestano su un valore complessivo di circa 1,5 miliardi di euro. Nel dettaglio, le quantità importate registrano un calo del -2,2%, mentre il valore segna una diminuzione del -1,7% su base annua.

Il rallentamento degli scambi interessa tutti i principali fornitori che perdono in valore, ad eccezione della Francia (che si conferma il primo partner commerciale del Paese), mentre Cile e Stati Uniti registrano una crescita nei volumi ma una perdita a valore. Spagna e Italia mostrano, invece, cali sia a valore che a volume, con i nostri vini che detengono una quota di mercato pari al 12,5% del totale.

Nell'anno appena concluso il mercato sudcoreano evidenzia una crescita del +5,3% dei volumi totali di vino importato a fronte di una perdita del -10% nel valore complessivo, che si ferma a circa 385 milioni di euro complessivi. La flessione interessa quasi tutte le categorie di vino in termini di valore, con l'unica eccezione degli sfusi che segnano una crescita decisa (+30,6%). Relativamente alle esportazioni di vini italiani DOP verso la Corea del Sud, i dati rilevati da Nomisma evidenziano un andamento positivo soprattutto per i rossi del Veneto, in crescita significativa sia a valore sia a volume.

Anche il Regno Unito evidenzia una flessione delle importazioni complessive di vino, sia in termini di volume (-6,0% rispetto al 2024), sia a valore (-6,3%), per attestarsi a circa 4,3 miliardi di euro. La flessione è generalizzata praticamente per tutte le tipologie di vino importato, accompagnate da una diminuzione su base annua dei prezzi medi di vendita per i vini fermi e frizzanti imbottigliati e per gli spumanti.

L'Italia, secondo fornitore del mercato con una quota del 24%, lascia sul campo un 6% di perdita nel valore del vino esportato

Anche il mercato svizzero nel 2025 fa registrare una contrazione delle

importazioni complessive di vino in termini di volume (-4,7% rispetto al 2024) a fronte di un lieve incremento (+0,7%) nel valore totale, che raggiunge i 1,2 miliardi di euro.

Per quanto riguarda i vini italiani, si registra una flessione pari quasi a -6% a valore e -3% a volume.

Una nota positiva arriva dal Brasile, le cui importazioni di vino nel 2025 hanno registrato una crescita sia nei volumi (+3,5%) che nei valori (+1,9%) rispetto al 2024. Questo incremento è riconducibile in particolare alla positiva performance dei vini fermi e frizzanti imbottigliati.

Secondo le rilevazioni di Nomisma Wine Monitor, le esportazioni di vini italiani DOP verso il principale mercato sudamericano registrano una crescita sia in valore sia in volume, con i rossi della Toscana che si confermano il primo vino esportato in Brasile per valore mentre i bianchi del Veneto trainano la crescita a volume. Dati che confermano la strategicità di questo mercato in chiave di sviluppo futuro, anche alla luce dell'accordo di libero scambio Ue-Mercosur che, come annunciato venerdì dalla Commissione Europea, sarà comunque applicato in via provvisoria in attesa della ratifica da parte del Parlamento Ue.

"Negli USA, l'introduzione dei dazi sulle importazioni di vino ha generato forti turbolenze lungo tutta la filiera - commenta Denis Pantini, responsabile Wine Monitor di Nomisma - dopo una fase di stoccaggio preventivo per evitare le nuove tariffe, si è assistito a una riduzione delle spedizioni anche a causa di un mercato interno in contrazione, che non è riuscito ad assorbire il surplus di offerta. La necessità di mitigare l'aggravio fiscale per mantenere competitivi i prezzi al consumo ha spinto i produttori verso una riduzione dei prezzi medi sostanzialmente in tutte le categorie, così come evidenziato dal calo del valore complessivo delle esportazioni.

Questo sta obbligando i produttori italiani sia ad incrementare il posizionamento negli altri paesi per quanto molti dei principali mercati di sbocco nel 2025 si è caratterizzato per una performance negativa delle importazioni nonché a cercare nuove destinazioni che, fortunatamente, non sembrano mancare a partire dai paesi

dell'Est Europa - come Polonia e Repubblica Ceca - a quelli del Sud-Est Asiatico come Vietnam e Thailandia" conclude Pantini.

<https://www.agricultura.it/2026/03/04/dazi-trump-e-dollaro-debole-fanno-piangere-il-vino-italiano-su-scaffali-usa-12-nomisma-da-brasile-a-est-asiatico-ecco-i-nuovi-mercati/>

## **SESSANT'ANNI FA, LA VERNACCIA DI SAN GIMIGNANO È STATA IL PRIMO VINO ITALIANO AD OTTENERE LA DOC**

Unico vino italiano a poter vantare una storia ed una fama così lunghe, e tra i pochissimi al mondo, da quando il suo nome compare per la prima volta nel 1276 nelle Gabelle di San Gimignano, la Vernaccia diviene la "regina" delle tavole di Papi e di re di tutta Europa. Un bianco "regale" e "prezioso", il solo vino in Toscana declinato "al femminile", e forse è anche per questo che ha fatto parlare di sé anche i più grandi poeti, da Dante, unico vino chiamato per nome dal Sommo Poeta nella "Divina Commedia", al Boccaccio, che la fa scorrere in un "fiumicel" nel Paese del Bengodi nel "Decamerone", da Folgòre da San Gimignano a Cecco Angiolieri, da Eustache Deschamps a Geoffrey Chaucer, da Ludovico Il Moro a Lorenzo Il Magnifico, da Francesco Redi, che addirittura maledice colui a cui non piace nel "Bacco in Toscana", a Sante Lancerio, bottigliere di Papa Paolo III Farnese, da Michelangelo Buonarroti Il Giovane alla corte del Granduca Cosimo I de' Medici, dove è così "ammirata" che nel Cinquecento Giorgio Vasari la raffigura nel Salone dei Cinquecento in Palazzo Vecchio a Firenze. Il Seicento è un "secolo d'oro" sia per la Vernaccia che per San Gimignano, la "New York del Medioevo", Patrimonio Unesco, con la quale sovrappone la sua storia e la sua fortuna, anche quando nel Settecento questo vino andrà in declino, pur non interrompendo mai la produzione, fino alla rinascita negli anni Sessanta del Novecento, quando per naturalisti, scienziati e intellettuali, il suo pregiato vitigno autoctono, tra i più antichi d'Italia, merita di riconquistare l'antica considerazione. E così sarà:

Il 3 marzo 1966, esattamente 60 anni fa, la Vernaccia sarà il primo vino italiano ad ottenere la Doc, un anniversario celebrato proprio oggi nella "città delle 100 torri" nel convegno "Vernaccia di San Gimignano: le radici del futuro", promosso dal Consorzio in un 2026 che è anche l'anno in cui si festeggiano i 750 anni dalla prima menzione documentata della Vernaccia. Che, Docg dal 1993 e "di nicchia", è prodotta esclusivamente nel territorio di San Gimignano, in 2.000 ettari di vigneti bellissimi e curatissimi - 750 atti a produrre Vernaccia Docg, accanto ai 450 ettari per la Doc San Gimignano nelle diverse tipologie Rosso, Vin Santo Occhio di Pernice e Vin Santo, tra gli altri - che danno vita ad un vino bianco longevo, tra i pochissimi a vantare anche la tipologia Riserva - per una produzione, da parte di 170 aziende, attorno a 5 milioni di bottiglie all'anno, oltre il 50% destinate all'export, in Usa, Germania e Svizzera in testa, e ben il 40% consumate localmente - e che guarda al futuro, con uno sguardo aperto al mercato globale e alle nuove generazioni. Così è stato, oggi, in un momento di riflessione collettiva che ha riunito protagonisti del mondo istituzionale, accademico e della comunicazione del vino per tracciare la rotta dei prossimi decenni per questo vino che è uno dei più antichi testimoni della storia vitivinicola italiana. Una longevità che non appartiene solo agli archivi, ma che continua a esprimersi con vivacità nei calici di tutto il mondo, come hanno ricordato il sindaco di San Gimignano Andrea Marrucci ed il presidente del Consorzio del Vino Vernaccia di San Gimignano Manrico Biagini. Filippo Mobrìci, vicepresidente Federdoc, ha portato una prospettiva di sistema, affrontando con concretezza le sfide più urgenti per le denominazioni italiane: la competitività sui mercati globali, la sostenibilità come leva strategica, la digitalizzazione come strumento di visibilità e racconto, e il tema generazionale, ovvero come avvicinare i giovani consumatori a una cultura del vino responsabile e consapevole. A queste riflessioni si è collegato il contributo di Michele A. Fino, professore di Fondamenti del Diritto Europeo all'Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo di

Slow Food, con una lettura trasversale dei 60 anni di mercato del vino, ripercorrendo le trasformazioni che hanno segnato il settore dalla nascita delle Doc a oggi, un percorso che intreccia mutamenti sociali, dinamiche economiche e nuove sensibilità dei consumatori. A chiudere il quadro Angelo Peretti, giornalista e strategist del settore vitivinicolo, che ha presentato le prime anticipazioni di un'analisi Doca commissionata dal Consorzio: una fotografia aggiornata della percezione della Vernaccia di San Gimignano tra i consumatori, con dati che aprono riflessioni importanti sul posizionamento del vino, sulla sua identità percepita e sulle opportunità ancora da cogliere, in Italia e all'estero. Ma un filo conduttore ha attraversato tutti gli interventi: la volontà condivisa di coniugare identità e innovazione, custodendo il valore storico della denominazione e rafforzandone al tempo stesso la capacità di dialogare con i mercati internazionali e con le nuove generazioni. Lisanna Boschini, vicepresidente del Consorzio, ha sottolineato come questo anniversario rappresenti, infatti non solo un traguardo, ma soprattutto un punto di partenza per il futuro della denominazione: "sessant'anni di Doc non sono solo un anniversario: sono un invito a guardare al futuro con lo stesso coraggio e la stessa visione che nel 1966 portarono a riconoscere ufficialmente ciò che il territorio sapeva da secoli. La Vernaccia di San Gimignano è una storia che attraversa il tempo, che resiste, evolve e continua ad affermarsi: una tradizione viva che, ieri come oggi, conferma la Vernaccia come la vera regina dei vini bianchi". Un messaggio che riassume lo spirito dell'incontro e rilancia l'impegno del Consorzio nel guidare la Vernaccia di San Gimignano verso le sfide dei prossimi anni, forte di una storia lunga sette secoli e mezzo e di una visione chiara per il domani.

Ed i cui festeggiamenti proseguiranno, sempre a San Gimignano, dal 30 al 31 maggio, "Regina Ribelle - Vernaccia di San Gimignano Wine Fest" 2026, il Festival dedicato al celebre vino bianco toscano, promosso dal Consorzio in collaborazione con il Comune, insieme ai wine lovers, in un racconto fatto di linguaggi, esperienze e conte-

nuti contemporanei che caratterizzeranno gli eventi nel cuore della città: degustazioni itineranti, masterclass tematiche, incontri con i produttori e laboratori dedicati agli abbinamenti cibo-vino, in dialogo con le eccellenze gastronomiche toscane e le proposte dei ristoratori locali, approfondimenti culturali e intrattenimento, tra cui il suggestivo Dj-set serale nell'incantevole cornice della Rocca di Montestaffoli. E con le giornate aperte al pubblico anticipate, il 28 ed il 29 maggio, da quelle dedicate ai media nazionali ed internazionali, con la presentazione delle nuove annate, convegni e tour nelle aziende del territorio.

[https://winenews.it/it/sessantanni-fa-la-vernaccia-di-san-gimignano-e-stata-il-primo-vino-italiano-ad-ottenere-la-doc\\_583959/](https://winenews.it/it/sessantanni-fa-la-vernaccia-di-san-gimignano-e-stata-il-primo-vino-italiano-ad-ottenere-la-doc_583959/)

## **IL 2025 DELLA FILIERA VITIVINICOLA CERTIFICATA DA VALORITALIA**

Nel 2025 la filiera vitivinicola italiana certificata ha confermato una sostanziale tenuta dei volumi, mantenendosi su livelli superiori a quelli pre-Covid, nonostante un contesto di mercato particolarmente complesso e una domanda globale ancora debole. È quanto emerge dai dati elaborati e aggiornati al 31 dicembre 2025 da Valoritalia, il principale Ente di Certificazione della filiera vitivinicola che da solo controlla oltre il 60% dei volumi di produzione e imbottigliamento di tutte le Denominazioni di Origine italiane.

L'aggiornamento tempestivo dei dati è reso possibile da TESSA, la nuova piattaforma digitale di proprietà di Valoritalia e totalmente sviluppata dall'ente in collaborazione con Microsoft, che consente di elaborare grandi quantità di dati, nello specifico i movimenti generati dalle oltre 90 mila imprese coinvolte nella produzione e commercializzazione delle 219 Denominazioni di Origine certificate. TESSA gestisce la tracciabilità di tutte le fasi del processo di certificazione, integra soluzioni di Intelligenza Artificiale e modelli avanzati di Business Intelligence, permettendo di predisporre una reportistica aggiornabile

in tempo reale a supporto delle imprese e dei Consorzi di Tutela.

La qualità paga

Il 2025 segna una fase di consolidamento per la filiera vitivinicola di qualità: dopo anni di forte crescita post-pandemica, il settore attraversa una fase di assestamento, caratterizzata tanto da una contrazione contenuta dei volumi, quanto da un rafforzamento delle produzioni a maggiore valore aggiunto.

In sostanza, rispetto al 2024 gli imbottigliamenti complessivi hanno registrato una flessione contenuta, pari al 2,1%, che riflette un fisiologico assestamento del mercato più che un'inversione strutturale di tendenza. In questo quadro i dati mettono tuttavia in luce alcune peculiarità della filiera e degli andamenti del mercato: in primo luogo evidenziano la performance positiva dei vini a Denominazione di Origine Controllata e Garantita (DOCG) e dei vini DOC, che mostrano una crescita dell'1% sia su base annua che rispetto alla media dell'ultimo triennio. Un dato che conferma il rafforzamento del posizionamento qualitativo della produzione nazionale.

Viceversa, i vini a Indicazione Geografica Tipica (IGT), che rappresentano la base della piramide qualitativa, hanno registrato una contrazione significativa del 12% 2024 e del 10% sulla media del precedente triennio.

In secondo luogo, performance discordanti emergono considerando le differenti tipologie di vino: crescono ancora gli spumanti (+1%), i vini rosati (+5,7%) e i vini bianchi fermi (+2,7%). Viceversa, i vini rossi evidenziano un significativo calo, superiore al 13%. Una dicotomia di prestazioni in linea con l'evoluzione delle preferenze nei consumi a livello nazionale e internazionale che da alcuni anni premiano vini bianchi e spumanti a discapito dei rossi.

Infine, i dati mettono in luce una rilevante differenziazione nelle performance delle Denominazioni di Origine legata ai volumi di prodotto commercializzato. L'insieme delle micro-denominazioni, cioè quelle che nel 2025 hanno registrato imbottigliamenti inferiori ai 10 mila ettolitri, le quali rappresentano ben il 70% delle 219 denominazioni certificate da Va-

loritalia ma solo il 2% dell'imbottigliato complessivo.

Questo segmento ha fatto registrare una perdita del 7,2%, ben superiore alla media del comparto, mentre le 13 piccole denominazioni comprese tra 10 e 20 mila ettolitri di imbottigliato (il 6% delle DO e il 2% dei volumi totali) hanno mostrato una crescita del 3%. Le 19 medio piccole denominazioni con volumi compresi tra 20 e 50 mila ettolitri hanno anch'esse subito una perdita del 4,7%, mentre le 20 denominazioni medio grandi comprese tra 50 e 150 mila ettolitri hanno registrato una crescita del 4%. Infine, le 14 grandi denominazioni con volumi superiori a 150 mila ettolitri hanno fatto registrare una perdita del 2,7%. In definitiva, ciò che emerge da questi dati è la debolezza strutturale delle micro-denominazioni, che trovano molte difficoltà nel rispondere efficacemente alle oscillazioni del mercato. Dal punto di vista strutturale, i dati del 2025 confermano la forte frammentazione produttiva del comparto: oltre il 75% degli imbottiglieri certificati da Valoritalia ha commercializzato meno di 65 mila bottiglie, mentre solo 171 imprese (il 3,2% del totale) hanno imbottigliato oltre 1,3 milioni di bottiglie. Infine, nonostante il numero elevato di imprese imbottigiatrici censito, il livello di concentrazione del settore appare rilevante: infatti, nel 2025, i primi cinque operatori imbottigliano il 18% dei volumi totali e rappresentano lo 0,1% del totale su base numerica.

Francesco Liantonio,  
 Presidente di Valoritalia

«Il report restituisce l'immagine di un settore solido, nel quale la disponibilità di dati strutturati e omogenei rappresenta uno strumento strategico per supportare le attività di analisi, programmazione e tutela delle denominazioni, ha commentato Francesco Liantonio, Presidente di Valoritalia. La filiera, pur in una fase di assestamento dopo le tensioni generate dai dazi e dall'instabilità geopolitica, dimostra una buona capacità di tenuta. È fondamentale però andare oltre la lettura del puro dato numerico: l'obiettivo deve essere una valorizzazione sempre più consapevole del

nostro patrimonio vitivinicolo. Territori, denominazioni e qualità delle produzioni devono rimanere al centro delle strategie del sistema Italia. Per questo, guardando al 2026, sarà importante puntare non tanto a un primato quantitativo, quanto a un rafforzamento del valore intrinseco delle nostre produzioni – La competitività del vino italiano passa dalla capacità di raccontare e difendere le proprie denominazioni e le Indicazioni Geografiche sui mercati internazionali, facendo comprendere il peso reale del comparto».

Le analisi di Nomisma Wine Monitor confermano la capacità di adattamento del settore – la produzione si adegua ad un mercato dai risvolti complessi che ha portato ad una riduzione di circa il 3% nel valore dell'export di vino italiano in un contesto dove gli altri competitor hanno subito perdite molto più rilevanti (dal -15% dell'Australia, al -10% del Cile fino al -4,5% della Francia). Un calo che però si è accompagnato ad un'analoga diminuzione delle vendite a volume di vino nella GDO italiana del 2,8% dove i vini fermi e frizzanti hanno avuto la peggio (-3,8%) rispetto agli spumanti che, all'opposto e sulla scia di un trend che dura da svariati anni, hanno portato a casa un'ulteriore crescita del 3,1% (fonte: NIQ).

Allo scopo di fornire sempre nuovi strumenti analitici, Valoritalia ha implementato un nuovo servizio di reportistica dedicato ai Consorzi di Tutela, progettato per offrire una lettura chiara e strutturata dell'andamento dei principali indicatori quantitativi delle denominazioni certificate. Il servizio prevede l'invio, con cadenza mensile, di un report per ciascuna denominazione gestita dal Consorzio e presenta, attraverso tabelle, diagrammi e strumenti grafici, l'evoluzione temporale delle principali fasi del processo di certificazione: dai campionamenti agli imbottigliamenti, dalle vendite e trasferimenti di vino sfuso ai declassamenti e riclassificazioni, fino ai parametri chimico-analitici, alle giacenze e ai volumi di produzione. Inoltre, particolare attenzione è riservata ad alcuni indicatori di carattere socioeconomico, molto utili per la gestione politica dei Consorzi, come la

distribuzione degli imbottigliamenti tra soci e non soci e l'inserimento di indici di concentrazione; elementi che consentono di ottenere indicazioni utili sull'assetto produttivo e imprenditoriale della denominazione.

Nei prossimi mesi, Valoritalia, grazie all'infrastruttura tecnologica altamente evoluta di TESSA, renderà disponibili sul proprio portale ulteriori sezioni dei database, consentendo ai Consorzi un accesso sempre più diretto ai dati.

Giangiaco Gallarati Scotti Bonaldi, Presidente di Federdoc

Valoritalia ribadisce così il proprio ruolo di supporto all'attività dei Consorzi di Tutela, restituendo – nel pieno rispetto della normativa vigente – le informazioni prodotte dalle aziende nel processo di certificazione. Una scelta che si fonda sulla convinzione che una conoscenza puntuale e strutturata dei processi rappresenti la base di ogni gestione moderna ed efficace, soprattutto in un contesto in cui i Consorzi sono chiamati a svolgere funzioni di programmazione sempre più complesse e strategiche. Tesi supportata da Giangiaco Gallarati Scotti Bonaldi, Presidente di Federdoc, l'organismo che rappresenta i Consorzi di Tutela Vitivinicoli italiani: «Anche se i dati del 2025 confermano la sostanziale tenuta del sistema nazionale, nondimeno mettono in luce una evidente frammentazione del comparto delle Denominazioni di Origine. È a mio avviso sempre più urgente mettere mano ad una riforma organizzativa del settore, puntando sempre più sul ruolo dei Consorzi di Tutela anche alla luce delle nuove funzioni di programmazione imposte loro dall'Unione Europea. In tal senso, il modello di analisi ed elaborazione dati messo a punto da Valoritalia fornisce un supporto fondamentale, perché è solo partendo dai dati concreti che si possono fare scelte oculate e lungimiranti.»

<https://www.viaggiatorideltgusto.it/il-2025-della-filiera-vitivinicola-certificata-da-valoritalia/>

## LA COMMISSIONE EUROPEA AVVIA L'APPLICAZIONE PROVVISORIA

## DELL'ACCORDO COMMERCIALE UE-MERCOSUR DOPO LA RATIFICA DI ARGENTINA E URUGUAY

La Commissione europea ha annunciato venerdì l'entrata in vigore provvisoria della sezione commerciale dell'accordo di associazione tra l'Unione europea e il Mercosur. La decisione fa seguito alla ratifica dell'accordo da parte di Argentina e Uruguay, i cui parlamenti hanno approvato l'accordo giovedì scorso. Questo passo consente all'UE di iniziare ad applicare il trattato in via provvisoria, anche se la ratifica completa da parte delle istituzioni europee è ancora in sospeso. La Presidente della Commissione europea Ursula von der Leyen ha dichiarato che il Brasile e il Paraguay dovrebbero ratificare l'accordo a breve. Ha descritto il trattato come uno dei più significativi degli ultimi anni. La mossa della Commissione arriva nonostante le richieste del Parlamento europeo di ritardare l'attuazione dell'accordo fino a quando la Corte di giustizia europea non si sarà pronunciata sulla conformità dell'accordo ai trattati dell'UE. Francia e Polonia, che si sono opposte all'accordo, hanno tentato senza successo di bloccare l'entrata in vigore.

Secondo il diritto dell'UE, un accordo commerciale può essere applicato provvisoriamente una volta ratificato da almeno un Paese del Mercosur e notificato a Bruxelles. La Commissione deve anche informare gli Stati del Mercosur dell'inizio dell'applicazione provvisoria. Montevideo e Buenos Aires sono stati i primi a completare i dibattiti parlamentari e a ratificare l'accordo, dimostrando un ampio sostegno in Sud America, anche se rimangono alcune preoccupazioni.

Il Parlamento europeo non ha ancora votato sulla ratifica e un voto è improbabile prima di un parere legale dei giudici del Lussemburgo. Tuttavia, la maggior parte delle aree di competenza dell'UE sarà attuata in via provvisoria. Von der Leyen ha sottolineato che questo status è temporaneo e che la piena entrata in vigore richiede l'approvazione del Parlamento europeo. Ha dichiarato che la Commissione continuerà a collaborare con tutte

le istituzioni dell'UE, gli Stati membri e le parti interessate per garantire un processo trasparente.

La Commissione stima che l'accordo potrebbe incrementare le esportazioni europee di 84 miliardi di euro e creare fino a 756.000 posti di lavoro aggiuntivi. Il Mercosur liberalizzerà il 91% delle sue importazioni dall'UE, mentre l'UE lo farà per il 92% delle sue importazioni dal Mercosur. L'apertura sarà graduale, con quote e meccanismi di protezione dei mercati locali. L'accordo prevede anche norme più severe in materia di protezione ambientale, diritti del lavoro e sicurezza alimentare.

I negoziati per questo trattato sono durati 25 anni, con un accordo preliminare raggiunto a Montevideo nel dicembre 2024. Il settore del vino e degli alcolici in Europa ha espresso ottimismo sulle nuove opportunità derivanti dalla riduzione delle tariffe. Ignacio Sánchez Recarte, segretario generale del Comité Européen des Entreprises Vins (CEEV), ha dichiarato all'inizio dell'anno che il rafforzamento dei legami commerciali con partner affidabili è fondamentale in un contesto di incertezza geopolitica. Il CEEV ritiene che la progressiva eliminazione dei dazi aprirà nuove opportunità per i produttori europei, soprattutto in Brasile, dove vede un forte potenziale per le esportazioni di vino.

Il CEEV ha sollecitato il Parlamento europeo a ratificare rapidamente l'accordo. L'organizzazione sostiene che la diversificazione del mercato è essenziale per il settore e che questo trattato offre un'opportunità strategica per rafforzare la cooperazione con i mercati chiave. La graduale rimozione dei dazi dovrebbe aiutare i produttori europei a diventare più competitivi in Sud America.

Per i produttori europei di vino e bevande alcoliche, l'accordo apre nuove opportunità commerciali in Argentina, Brasile, Paraguay e Uruguay. In passato, le tariffe elevate hanno reso difficile l'ingresso di questi prodotti in mercati come il Brasile, dove le tasse potevano superare il 20%. L'abbassamento di queste barriere permetterà ai vini europei di competere più efficacemente con i prodotti locali o con altri esportatori come il Cile.

La semplificazione delle procedure

doganali è un altro aspetto importante dell'accordo. I requisiti tecnici e la burocrazia hanno finora ritardato le spedizioni e aumentato i costi logistici. Il nuovo quadro normativo mira ad armonizzare le regole per rendere più fluido il commercio tra le due regioni. Anche i produttori spagnoli di cognac, brandy, orujo e altri alcolici dovrebbero beneficiare di un accesso preferenziale ai mercati sudamericani. Quando alcuni mercati tradizionali dell'Europa o del Nord America maturano o si saturano, il Sud America offre un'alternativa per diversificare le destinazioni delle esportazioni. Per i Paesi del Mercosur, l'accesso preferenziale al mercato dell'UE per alcune bevande alcoliche potrebbe contribuire a bilanciare il commercio tra i due blocchi.

Per l'UE, questo trattato rafforza la sua posizione commerciale in una regione in cui altri Paesi hanno già accordi favorevoli. Secondo i dati analizzati da Del Rey AWM, le esportazioni globali di vino e mosto verso i Paesi del Mercosur raggiungeranno 188 milioni di litri nel 2024, per un valore di 581,6 milioni di euro. Ciò rappresenta l'1,9% del volume globale delle esportazioni e l'1,6% del valore. Il prezzo medio è stato di 3,09 euro al litro, inferiore alla media mondiale di 3,63 euro al litro.

In confronto, le esportazioni verso il Messico hanno totalizzato 90,9 milioni di litri per un valore di 309,8 milioni di euro - 0,9% sia in volume che in valore - con un prezzo medio leggermente superiore a quello del Mercosur, pari a 3,41 euro al litro. Sebbene queste cifre siano modeste rispetto a destinazioni come gli Stati Uniti - che assorbono oltre 1,2 miliardi di litri all'anno - sia il Mercosur che il Messico sono cresciuti molto più velocemente della media globale.

Tra il 2015 e il 2024, le esportazioni globali verso il Mercosur sono aumentate dell'86% sia in valore che in volume; le importazioni messicane sono cresciute del 63% in valore e del 52% in volume nello stesso periodo. Al contrario, il commercio globale di vino è aumentato solo del 26% in valore, ma è diminuito del 4,4% in volume negli stessi anni.

L'analisi mostra che il Messico e il Mercosur sono mercati dinamici per i vini spagnoli ed europei, nonostan-

te la loro quota attuale sia inferiore al 2% ciascuno del totale delle esportazioni mondiali; i loro tassi di crescita superano le medie internazionali. Lo sviluppo futuro dipenderà non solo dai quadri tariffari, ma anche dagli sforzi commerciali e dall'adattamento alle preferenze locali.

Tuttavia, l'accordo è oggetto di controversie, poiché alcuni settori agricoli lo vedono come una minaccia piuttosto che come un'opportunità. Giovedì e venerdì si sono svolte proteste in diversi Paesi europei: gli agricoltori hanno sostenuto che le misure di salvaguardia non sono sufficienti a proteggere i prodotti sensibili da un aumento delle importazioni o da un improvviso calo dei prezzi, mentre i produttori di vino si aspettano benefici grazie alla loro posizione competitiva in base alle nuove regole.

[https://www.vinetur.com/it/2026022796861/european-commission-begins-provisional-application-of-eu-mercosur-trade-agreement-after-argentina-and-uruguay-ratify-deal.html#goog\\_fullscreen\\_ad](https://www.vinetur.com/it/2026022796861/european-commission-begins-provisional-application-of-eu-mercosur-trade-agreement-after-argentina-and-uruguay-ratify-deal.html#goog_fullscreen_ad)



**MERCATI E PRODUZIONE**

**IL COMMERCIO GLOBALE DI VINO PERDE 2,26 MILIARDI DI EURO NEL 2025**

L'industria vinicola mondiale ha affrontato un anno difficile nel 2025, con un forte calo delle esportazioni internazionali di vino sia in termini di valore che di volume. Secondo i dati doganali ufficiali analizzati da Del Rey AWM, il valore totale delle esportazioni mondiali di vino è calato del 6,3%, con una perdita di 2,26 miliardi di euro rispetto al 2024. Il valore totale delle esportazioni dell'anno si è attestato a 33,77 miliardi di euro. In termini di volume, le spedizioni sono diminuite del 4,7%, con le esportazioni globali che hanno chiuso a 94,76 milioni di ettolitri, con un calo di 4,65 milioni di ettolitri rispetto all'anno precedente.

La flessione ha interessato tutte le principali categorie di esportazioni di vino. I vini imbottigliati non frizzanti hanno subito il calo più marcato, mentre anche i vini spumanti e sfusi hanno registrato riduzioni significative. I vini Bag-in-Box (BiB) si sono dimostrati più resistenti, con un calo del valore solo del 2%. Il prezzo medio per litro di vino esportato è diminuito dell'1,7% rispetto ai livelli del 2024, a causa dell'indebolimento della domanda e dell'aumento della concorrenza tra gli esportatori.

Un'analisi dei 19 principali Paesi esportatori di vino ha rivelato che nessuno è riuscito a registrare una crescita nel 2025. Diversi Paesi hanno subito cali a due cifre nel valore delle esportazioni, tra cui Australia, Cile, Argentina, Belgio, Danimarca, Hong Kong e soprattutto Stati Uniti. Gli Stati Uniti hanno registrato la contrazione più grave tra i principali esportatori, con un calo del 35,9% del valore delle esportazioni a 0,76 miliardi di euro. Anche Hong Kong ha registrato un forte calo del 23,4%, scendendo a 0,17 miliardi di euro.

La Nuova Zelanda e il Portogallo sono stati tra gli esportatori più resistenti, registrando solo lievi diminuzioni del valore delle esportazioni, rispettivamente dello 0,5% e dell'1%, anche se entrambi hanno chiuso l'anno con una crescita complessiva negativa. La per-

formance della Nuova Zelanda è stata caratterizzata da una sostanziale riduzione delle esportazioni di vino sfuso, quasi compensata da un aumento delle spedizioni di vino imbottigliato.

I produttori europei tradizionali hanno continuato a dominare il mercato globale nonostante la contrazione generale. La Francia è rimasta il primo esportatore di vino al mondo con 11,19 miliardi di euro di vendite, in calo del 4,4% rispetto all'anno precedente, ma rappresentando comunque circa un terzo del valore totale delle esportazioni globali. Segue l'Italia con 7,78 miliardi di euro (-3,7%) e la Spagna al terzo posto con 2,98 miliardi di euro (-4,1%). Insieme, questi tre Paesi hanno generato circa 21,95 miliardi di euro di ricavi da esportazione, pari a circa il 65% del valore totale del mercato.

Altri esportatori significativi sono stati l'Australia (1,38 miliardi di euro, in calo del 14,7%), il Cile (1,35 miliardi di euro, in calo del 10,2%), la Germania (0,99 miliardi di euro, in calo del 4,8%) e il Sudafrica (0,56 miliardi di euro, in calo del 7,2%). Anche l'Argentina ha subito una notevole contrazione del 12,8%, chiudendo l'anno a 0,55 miliardi di euro.

Anche diversi Paesi europei che fungono da hub commerciali piuttosto che da grandi produttori hanno registrato cali: il valore delle esportazioni del Belgio è sceso dell'11,3%, quello dei Paesi Bassi del 9% e quello della Danimarca del 13%. Il Regno Unito ha registrato un calo più moderato del 4,4%.

L'ampia contrazione dei valori delle esportazioni riflette le sfide persistenti che il settore vinicolo mondiale ha dovuto affrontare negli ultimi anni: il cambiamento delle preferenze dei consumatori, l'incertezza economica, le fluttuazioni valutarie e le turbolenze commerciali hanno contribuito all'indebolimento della domanda e alla pressione sui prezzi nei principali mercati. Nonostante queste difficoltà, alcuni esportatori sono riusciti a limitare le perdite meglio di altri. Il calo minimo della Nuova Zelanda è dovuto in gran parte alla sua forte performance nei vini imbottigliati che ha compensato le perdite nelle spedizioni di vino sfuso, mentre il portafoglio diversificato del Portogallo ha contribuito a mitigare i suoi risultati.

I dati relativi al 2025 sottolineano che

nessun grande Paese esportatore è stato immune dalla flessione: ogni nazione monitorata ha registrato un calo annuale del valore delle esportazioni rispetto ai dati del 2024.

Gli analisti del settore indicano diverse cause alla base di questa diffusa contrazione: i cambiamenti in corso nelle abitudini dei consumatori - come la riduzione del consumo di alcolici o il passaggio a bevande alternative - hanno smorzato la domanda di vini tradizionali in molti mercati; i venti contrari dell'economia hanno indotto importatori e distributori ad aggiustare le scorte al ribasso; l'aumento della concorrenza ha esercitato una pressione sui prezzi, anche se i costi di produzione rimangono elevati.

Guardando al 2026, i produttori e gli esportatori si trovano ad affrontare una continua incertezza, mentre si adattano all'evoluzione delle condizioni di mercato e cercano nuove strategie di crescita in un contesto internazionale difficile per il commercio del vino.

I dati di SHEP Global e Del Rey AWM confermano che, mentre l'Europa rimane saldamente al centro delle esportazioni globali di vino - guidata da Francia, Italia e Spagna - l'intero settore sta attraversando un periodo di contrazione piuttosto che di espansione, con solo una manciata di Paesi che sono riusciti a limitare le perdite in un contesto di calo più ampio a livello mondiale.

[https://www.vinetur.com/it/2026032798255/global-wine-trade-loses-euro226-billion-in-2025.html#goog\\_fullscreen\\_ad](https://www.vinetur.com/it/2026032798255/global-wine-trade-loses-euro226-billion-in-2025.html#goog_fullscreen_ad)

### **LA "SINDROME CINESE" CHE STA SOFFOCANDO IL MERCATO MONDIALE DEL VINO**

Per anni la Cina è stata la grande promessa del vino mondiale: il mercato capace di assorbire bottiglie italiane, francesi, australiane e californiane trasformandole in simboli di prestigio, successo e potere. Adesso quello schema si è rotto. La nuova stretta voluta da Xi Jinping contro sprechi, ostentazione e consumo di alcol negli eventi ufficiali sta svuotando uno dei mercati più redditizi per i produttori stranieri. La frenata dei consumi in Cina si som-

ma alla nuova campagna di disciplina interna del Partito: a maggio 2025 Pechino ha irrigidito le regole sulla sobrietà, vietando alcol, sigarette e piatti di lusso ai pasti ufficiali. Per un mercato in cui il vino era cresciuto anche grazie a cene di rappresentanza, regali aziendali e relazioni personali, è un colpo durissimo.

Secondo il Wall Street Journal, nel 2025 le importazioni di vino in Cina sono tornate a scendere dell'11% e oggi il mercato vale circa la metà del picco toccato nel 2018. Secondo il Wall Street Journal quella di Bordeaux è tra le aree più colpite: le esportazioni verso la Cina sono crollate del 28% nell'ultimo anno e dal 2023 la regione ha perso circa il 20% della superficie vitata. Per quanto riguarda il vino italiano, il calo nei valori supera il -15%. Intanto anche i grandi gruppi degli alcolici continuano a segnalare debolezza in Cina: Pernod Ricard, nei risultati 2025, ha indicato il mercato cinese tra i fattori del calo delle vendite, mentre Diageo ha registrato nel 2025 un -9% delle vendite nette.

La lezione, per il vino mondiale, è semplice e brutale: scommettere sulla sete cinese come compensazione al calo dei consumi in Europa e nei mercati maturi non basta più. Perché il problema non è solo la congiuntura, ma un cambio di clima politico e culturale. Se il vino smette di essere il simbolo del successo nei tavoli che contano, allora il contraccolpo non è passeggero.

<https://www.today.it/economia/crollo-vendite-vino-2026.html>

### **I DAZI USA SUL VINO NEL 2025 HANNO AVUTO UN VALORE DI 492,2 MILIONI DI DOLLARI**

Export che scende tra i principali produttori di vino al mondo, dall'Italia alla Francia fino alla Spagna, preoccupazioni per un futuro ancora incerto e su cui gravano anche altri fattori ormai noti, dal cambiamento climatico al calo dei consumi, e che necessita anche di diversificare un mercato che, al momento, vede gli Stati Uniti insostituibili. Il mondo del vino ha passato un anno, il 2025, decisamente complicato e condizionato anche dal "terre-

moto" dei dazi. Ma quanto hanno portato, economicamente, agli Stati Uniti, i dazi voluti dal presidente americano Donald Trump e applicati anche al vino? Complessivamente, nel 2025, la cifra dei dazi Usa sul vino è ammontata a 492,2 milioni di dollari, dato che, dopo il coinvolgimento dell'Europa (il 2 aprile 2025 l'annuncio Usa dei dazi per il Vecchio Continente), è molto più grande di quello degli anni precedenti, e, quindi, da 81,8 milioni di dollari nel 2024 ai 78,7 del 2023, dai 95,3 del 2022 fino ai 134,6 milioni di dollari del 2021, ultimo anno in "tripla cifra" (a conclusione di un triennio, sotto la prima presidenza Trump, in cui erano in vigore i dazi al 25% sui vini di Francia, Spagna, Germania e Uk, ma non sui vini italiani, ndr). Un andamento fotografato dall'American Association of Wine Economists (Aawe) che cita come fonte lo U.S. Bureau Of Census, Usa Trade Online.

Ma sono numeri che, però, pongono una domanda, alla luce anche della decisione della Corte Suprema, che ha stabilito l'illegittimità dei dazi Usa: "poiché non è chiaro chi abbia sopportato l'onere lungo la catena di approvvigionamento, chi dovrebbe essere rimborsato: produttori, importatori, distributori, rivenditori o consumatori?", si interroga l'Aawe. Uno scenario, quello dei rimborsi (si stimano circa 130 miliardi di dollari complessivi in ballo), che appare tuttavia molto complesso, e la cui previsione sulla conclusione non è affatto scontata.

Il mondo del vino italiano, ovviamente, è spettatore interessato, considerato che, nonostante i dazi, gli Stati Uniti, restano mercato saldamente leader per il vino del Belpaese, generando, nel 2025, 1,75 miliardi di euro in valore (-9,1% sul 2024) per 339,5 milioni di litri (-6,2% sul 2024), secondo i dati Istat analizzati da WineNews.

[https://winenews.it/it/i-dazi-usa-sul-vino-nel-2025-hanno-avuto-un-valore-di-4922-milioni-di-dollari\\_585769/](https://winenews.it/it/i-dazi-usa-sul-vino-nel-2025-hanno-avuto-un-valore-di-4922-milioni-di-dollari_585769/)

**VINO E INFLAZIONE, IN 10 ANNI PREZZI AL CONSUMO A +7,4% IN ITALIA, AUMENTO TRA I PIÙ BASSI IN UE**

Il tema della crescita dell'inflazione e del calo del potere di acquisto dei consumatori, in Italia come altrove, negli ultimi tempi è diventato centrale per ogni categoria. E anche nel vino, a fronte di una diminuzione dei consumi che appare marcata soprattutto nel fuoricasa, dove i ricarichi sono maggiori, è un argomento molto dibattuto, di cui ci siamo più volte occupati su WineNews, anche chiedendo la loro visione ad alcuni dei più importanti distributori italiani, dal Gruppo Mergalli a Cuzziol Grandivini, da Sagna a Sarzi-Amadè, da Pellegrini a Partesa, ad Heres. E sui prezzi dei vini, diventati forse troppo elevati anche "franco cantina", in alcuni casi, è tornato nei giorni scorsi (in questa nostra intervista), anche Oscar Farinetti, fondatore Eataly e produttore di vino in Piemonte, e non solo.

Ma a ben vedere, a fronte dei prezzi al consumo di tante merci che, in 10 anni, sono aumentati in maniera sensibile e considerevole, dall'energia agli alimentari (+25% solo dal 2021 al 2025, secondo i dati Istat), il vino, almeno in Italia, è uno dei prodotti che ha visto il minor aumento. Perché, secondo dati Eurostat elaborati dalla Federal Reserve Economic Data (Fred) e analizzati dall'American Association of Wine Economics, guardando alle variazioni dell'indice armonizzato dei prezzi al consumo per il vino, dal 2015 al 2025, l'Italia ha registrato un aumento del +7,4%, il minore in assoluto tra i Paesi europei selezionati, visto che aumenti minori si sono registrati solo in Svizzera (+4,8%). Guardando agli altri Paesi europei selezionati per il confronto, tra i mercati più importanti per il vino, la Germania ha fatto +22,6%, la Francia +25,7%, la Spagna +27,4%, così come il Belgio.

Forte è stata "l'inflazione enoica" anche nel Nord Europa, dove si va dal +22,6% della Finlandia al +30,9% della Norvegia, passando per il +27,1% della Svezia, per esempio, mentre fa eccezione la Danimarca (+7,8%). Ma ancora più forte è stata la crescita dei prezzi al consumo nella vasta area dell'Est

Europa, perché se la Polonia fa +25%, si va poi dal +33% di Lettonia e Slovenia, al +91% della Croazia, ma con tanti Paesi sopra al +40%, come Albania, Estonia, Slovacchia e Ungheria, ed altri tra il +50% ed il +60% come Romania, Lituania e Montenegro, fino al +67% della Bulgaria. Mentre spicca, come dato statistico, il +1.581% della Turchia, seppur in un mercato con volumi di consumo bassissimi oggi, e pressoché inesistenti 10 anni fa.

Un aumento dell'indice dei prezzi che, in tanti Paesi, ad una prima lettura del dato, va di pari passo con la crescita delle importazioni di vino nei diversi mercati. Ma che, più in generale, viene da pensare, può essere legato anche al passaggio "culturale" del vino, da bene di consumo quotidiano, a bene voluttuario. E che riflette, nei fatti, quel fenomeno della "premiatisation", che ha caratterizzato come macro trend gli ultimi 10 anni del mercato del vino.

[https://winenews.it/it/vino-e-inflazione-in-10-anni-prezzi-al-consumo-a-74-in-italia-aumento-tra-i-piu-bassi-in-ue\\_585322/](https://winenews.it/it/vino-e-inflazione-in-10-anni-prezzi-al-consumo-a-74-in-italia-aumento-tra-i-piu-bassi-in-ue_585322/)

**PREZZI DEL VINO AL CONSUMO: A GENNAIO PROSEGUE LA FASE DEFLATTIVA**

Il 2026 si apre con un ulteriore calo dei prezzi al consumo del vino. I dati di gennaio segnalano infatti un rafforzamento della dinamica deflattiva che interessa il comparto ormai da diversi mesi.

Su Il Corriere Vinicolo n. 9 del 9 marzo 2026, nella rubrica dedicata all'andamento dei prezzi al consumo, viene analizzata la nuova rilevazione Istat che mostra per l'insieme delle referenze enologiche una flessione dell'1,9% rispetto a gennaio 2025, peggiorando ulteriormente la variazione già negativa registrata a dicembre.

Si tratta della correzione al ribasso più marcata dalla primavera dello scorso anno e conferma una tendenza ormai strutturale del comparto viticolo, che appare oggi il segmento più esposto alle pressioni di mercato all'interno del settore delle bevande alcoliche.

La dinamica del vino continua infatti a divergere rispetto agli altri comparti del beverage alcolico: nello stesso periodo spirits e liquori registrano un

incremento dello 0,5%, mentre la birra mostra un andamento sostanzialmente stabile dopo diversi mesi di flessione. Il quadro si inserisce in un contesto di inflazione generale relativamente contenuta. A gennaio l'indice dei prezzi al consumo in Italia segna infatti un aumento dell'1% su base annua, il livello più basso registrato dal novembre 2024, con un andamento influenzato soprattutto dalla crescita dei prezzi degli alimentari e dei servizi legati all'abitazione.

Nel medio periodo, l'analisi basata sulla media mobile degli ultimi dodici mesi conferma la maggiore debolezza del comparto vinicolo: mentre i listini dei vini risultano in flessione dell'1,6%, le altre bevande alcoliche registrano variazioni lievemente positive.

I dati pubblicati questo mese incorporano inoltre alcune novità metodologiche introdotte dall'Istat, tra cui l'adozione della nuova classificazione ECOICOP e l'aggiornamento dell'anno base degli indici dei prezzi al consumo.

<https://www.unioneitalianavini.it/appfondimenti-tematici/news/prezzi-vino-consumo-gennaio-2026>

### **TRE MILIONI DI EURO PER UN IMPIANTO DI DEALCOLAZIONE VINI IN ITALIA. IL GRUPPO ARGEA INVESTE SUL NO ALCOL**

Un anno fa, Massimo Romani, amministratore delegato di Argea, aveva espresso al settimanale TreBicchieri del Gambero Rosso la volontà di investire sul segmento dei dealcolati ma aveva anche bacchettato le istituzioni per il ritardo sul decreto che disciplina la materia, e che a quel tempo stava bloccando gli investimenti delle imprese sul territorio italiano.

Ora che Masaf-Mef hanno risolto l'impasse sulle accise, uno dei maggiori gruppi vitivinicoli italiani, con ricavi 2025 a 462 milioni di euro (in lieve flessione rispetto ai 465 del 2024, per il 93% realizzati all'estero anche dopo l'acquisizione dell'importatore statunitense WinesU), annuncia un investimento di tre milioni di euro (sui 14 complessivamente previsti) per la costruzione di un impianto di de-

alcolazione dei vini sul territorio nazionale. Il piano industriale è in fase di definizione da parte del Cda. Non ci sono ancora dettagli sulla localizzazione, ma sarà in una regione del Settentrione, tra Veneto, Piemonte ed Emilia-Romagna, dove ci sono le principali sedi produttive.

L'esordio tra i ready to drink

«L'investimento iniziale di tre milioni di euro servirà per la costruzione degli impianti, comprese le cosiddette torri di dealcolazione, e per adeguarli alle nuove norme. Attualmente – spiega Romani – Argea produce circa 400mila bottiglie di prodotti dealcolati, che finora erano realizzati in Germania». Un percentuale ancora molto bassa, se si considerano i 165 milioni di bottiglie complessivi (erano 179 nel 2024), ma che si punta a incrementare notevolmente nei prossimi anni. Il Gruppo, che nel 2024 presentò la sua antologia dei no-alcol (in otto etichette), in questo 2026 al Wine Paris di Parigi ha annunciato l'esordio nel segmento ready to drink.

«Il mercato per questa nuova tipologia di prodotti c'è: in Germania è sviluppato, nel Nord Europa i consumatori sono interessati e negli Stati Uniti c'è molta curiosità. Inoltre – aggiunge il ceo di Argea – abbiamo registrato reazioni molto positive sugli spumanti, dove abbiamo raggiunto già un ottimo livello qualitativo, rispetto alle tipologie bianche o rosse, su cui c'è ancora da lavorare».

Gli spazi di crescita anche in Italia. Sul mercato italiano, secondo il manager, sia sui prodotti no-low alcol sia sui ready to drink (Rtd) ci sono spazi di crescita: «Ritengo che i ready to drink, in particolare, possano facilmente trovare apprezzamento nelle grandi città come Milano e Roma, mentre nel resto del territorio si dovrà lavorare a fare comunicazione». Sui mercati, in ogni modo, la competizione è forte: «Siamo di fronte a una categoria molto specifica con un'area competitiva differente dai dealcolati, in cui si trovano prodotti a base vino ma anche a base spirit. In Italia – conclude Romani – produrremo Rtd a base vino, circa 3-4 referenze. Riteniamo siano prodotti molto buoni ma dobbiamo vedere come reagirà il mercato. Restiamo in attesa».

<https://www.gamberorosso.it/notizie/vino/de gustazioni/migliori-cerasuolo-dabruzzo-sotto-20-euro/>

### **LE CANTINE ITALIANE AUMENTANO I PROFITTI GRAZIE ALLE VENDITE DI VINO DIRETTE AL CONSUMATORE NELL'UE CHE RAGGIUNGONO MARGINI DEL 70%**

La vendita diretta al consumatore (D2C) di vino ai privati all'interno dell'Unione Europea sta diventando un'opzione sempre più interessante per le aziende vinicole italiane, in quanto offre margini di profitto fino al 70%. Si tratta di un margine più che doppio rispetto al 30% che si registra di solito nelle vendite al dettaglio tradizionali. Questo cambiamento è dovuto ai progressi della tecnologia e alle modifiche delle normative fiscali, in particolare per quanto riguarda l'imposta sul valore aggiunto (IVA), che hanno reso più facile per i produttori raggiungere i consumatori oltre confine.

Di questi sviluppi si è parlato recentemente in un incontro organizzato da Assoenologi in collaborazione con Direct from Italy presso la cantina Masi Monteleone 21 in Valpolicella. Gli esperti del settore hanno sottolineato come gli strumenti digitali abbiano eliminato molte delle barriere che un tempo separavano i produttori dai consumatori. Le piattaforme online consentono oggi alle aziende vinicole di connettersi direttamente con i clienti di Paesi lontani, aprendo nuovi segmenti di mercato e permettendo loro di servire nicchie geografiche prima inaccessibili.

Nonostante queste opportunità, le vendite internazionali D2C rimangono complesse. Solo un numero limitato di aziende vinicole è attualmente impegnato in questo tipo di attività e non tutte sono pienamente conformi ai requisiti di legge. Fino a pochi anni fa, le aziende vinicole che vendevano vino a clienti privati in altri Paesi dell'UE dovevano registrarsi ai fini dell'IVA in ogni Paese di destinazione e pagare le imposte locali in base alle aliquote di ciascuna nazione, ad esempio il 20% in Francia e il 19% in

Germania. Questo processo era costoso e burocraticamente impegnativo. Dal 1° luglio 2021, tuttavia, l'UE ha introdotto il sistema One Stop Shop (OSS) per le transazioni B2C. Registrandosi sul portale OSS dell'Agenzia delle Entrate, le aziende vinicole possono ora dichiarare e pagare l'IVA per tutte le vendite nell'UE attraverso un'unica presentazione trimestrale in Italia. Il sistema distribuisce poi gli importi appropriati a ciascuno Stato membro. Le piccole imprese con vendite annuali B2C inferiori a 10.000 euro possono continuare ad applicare l'IVA italiana (22%) e pagarla a livello nazionale. Questo cambiamento ha ridotto significativamente gli oneri e i costi amministrativi per le piccole spedizioni, rendendo più accessibili le vendite transfrontaliere D2C.

Tuttavia, le accise rimangono una sfida importante. A differenza dell'IVA, le accise si basano sulla quantità piuttosto che sul valore e devono essere pagate nel Paese in cui il vino viene consumato. Secondo Andrea Zucchetta dell'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli per il Veneto e il Friuli Venezia Giulia, le accise devono essere pagate da un soggetto registrato nel Paese di destinazione. Il vino deve essere spedito da un deposito autorizzato o da un mittente registrato e ricevuto da un altro soggetto registrato all'estero, che poi paga l'accisa prima di consegnare il prodotto al consumatore finale.

Per la maggior parte dei piccoli produttori è difficile gestire autonomamente questi requisiti. Molti si affidano a società specializzate che agiscono come spedizionieri certificati e gestiscono i pagamenti delle accise per loro conto. La mancata osservanza può comportare multe amministrative che vanno da 500 a 3.000 euro e può innescare ulteriori indagini o sanzioni in tutti i Paesi dell'UE.

In Italia, il vino è esente da accise se consumato sul territorio nazionale. Tuttavia, questa esenzione non si applica alle esportazioni; i vini spediti in Paesi come l'Irlanda, la Finlandia o la Svezia sono soggetti a elevate aliquote di accisa locali.

Il crescente interesse per le vendite D2C si riflette anche nell'aumento delle aziende che forniscono infrastrutture tecnologiche e legali per le vendite dirette online. In occasione del Wine

Paris 2026 "Wine Tech Perspectives", il 90% delle aziende selezionate si è specializzato nel supporto delle operazioni D2C per i marchi di vino.

Denis Andolfo, co-fondatore di Direct from Italy, ha osservato che molte aziende vinicole ignorano le regole del D2C o evitano questo canale per paura di non essere conformi. Tuttavia, ha sottolineato che le vendite dirette internazionali offrono vantaggi significativi: margini di profitto più elevati, fino al 70% rispetto al 25-30% della vendita al dettaglio, relazioni dirette con i consumatori che favoriscono la fidelizzazione e accesso a dati preziosi sui clienti per un marketing mirato a costi inferiori.

Poiché i mercati europei sono in fase di stagnazione o di declino in alcuni settori, l'e-commerce D2C offre alle aziende vinicole italiane un modo per mantenere o accrescere la propria quota di mercato raggiungendo i consumatori direttamente oltre confine. La combinazione di procedure semplificate per l'IVA attraverso gli OSS e di servizi di supporto specializzati per la conformità alle accise rende questo modello di business sempre più praticabile per i produttori grandi e piccoli che cercano nuove opportunità di crescita all'interno dell'UE.

[https://www.vinetur.com/it/2026030997254/italian-wineries-boost-profits-as-eu-direct-to-consumer-wine-sales-reach-70-margins.html#goog\\_fullscreen\\_ad](https://www.vinetur.com/it/2026030997254/italian-wineries-boost-profits-as-eu-direct-to-consumer-wine-sales-reach-70-margins.html#goog_fullscreen_ad)

## **PROSECCO, CROLLA LA PRODUZIONE NEI PRIMI DUE MESI 2026:**

**È L'ONDA LUNGA DEI DAZI**

Inizia male l'anno del Prosecco. Le bollicine trevigiane della Doc registrano un doppio segno negativo nei primi due mesi del 2026: -19% a gennaio e -14% a febbraio. I dati sull'imbottigliamento arrivano dopo una continua flessione iniziata in sordina a settembre dello scorso anno e che ora inizia a fare paura. Nel 2025, a causa della minaccia dei dazi negli Usa, c'era stato un boom di imbottigliamenti nelle prime settimane dell'anno per permettere agli importatori di fare scorta prima che il provvedimento statunitense potesse fare leva sui

prezzi; quindi era prevedibile un calo rispetto all'inizio dell'anno scorso. Resta il fatto, però, che analizzando la media di gennaio e febbraio degli ultimi quattro anni, il segno è comunque negativo: nel primo bimestre del 2026 si è imbottigliato il 7% in meno rispetto alla media dal 2021 a oggi. E se la pianura piange, la collina non ride.

Valdobbiadene Superiore  
giù di 17 punti

La produzione di bottiglie del Conegliano Valdobbiadene Superiore a gennaio è piombata giù di 17 punti percentuali, per poi rialzarsi leggermente (+1,7%) nel mese di febbraio. In questo caso il calo è stato inaspettato, tanto che nelle riunioni tra produttori a Godega si è ipotizzato di evitare lo stoccaggio della glera e di permettere a chi opera in pendenze superiori al 30% di utilizzare tutta l'uva disponibile. Al momento, comunque, sono solo ipotesi e stime dato che i conti si faranno tra qualche mese. Il clima di guerra però non promette bene e la preoccupazione comincia a serpeggiare tra i produttori come mai era successo negli ultimi anni. «Ma non dobbiamo essere pessimisti – dice Stefano Bottega –. Intanto va detto che i dazi negli Usa ora sono stati portati al 10%, prima erano al 15%. Inoltre, grazie agli ultimi accordi del Mercosur ora le esportazioni son tassate in Sudamerica al 14% invece che al 17% e in India siamo arrivati al dimezzamento dal 150% al 75%. Ci sono mercati interessanti come l'Asia e il Giappone. Ma di certo il momento storico merita una profonda riflessione e una analisi, i numeri non sono buoni».

Prosecco, crolla la produzione nei primi due mesi 2026: è l'onda lunga dei dazi

Inizia male l'anno del Prosecco. Le bollicine trevigiane della Doc registrano un doppio segno negativo nei primi due mesi del 2026: -19% a gennaio e -14% a febbraio. I dati sull'imbottigliamento arrivano dopo una continua flessione iniziata in sordina a settembre dello scorso anno e che ora inizia a fare paura. Nel 2025, a causa della minaccia dei dazi negli Usa, c'era stato un boom di imbottigliamenti nelle prime settimane dell'anno per

permettere agli importatori di fare scorta prima che il provvedimento statunitense potesse fare leva sui prezzi; quindi era prevedibile un calo rispetto all'inizio dell'anno scorso. Resta il fatto, però, che analizzando la media di gennaio e febbraio degli ultimi quattro anni, il segno è comunque negativo: nel primo bimestre del 2026 si è imbottigliato il 7% in meno rispetto alla media dal 2021 a oggi. E se la pianura piange, la collina non ride.

Valdobbiadene Superiore  
giù di 17 punti

La produzione di bottiglie del Conegliano Valdobbiadene Superiore a gennaio è piombata giù di 17 punti percentuali, per poi rialzarsi leggermente (+1,7%) nel mese di febbraio. In questo caso il calo è stato inaspettato, tanto che nelle riunioni tra produttori a Godega si è ipotizzato di evitare lo stoccaggio della glera e di permettere a chi opera in pendenze superiori al 30% di utilizzare tutta l'uva disponibile. Al momento, comunque, sono solo ipotesi e stime dato che i conti si faranno tra qualche mese. Il clima di guerra però non promette bene e la preoccupazione comincia a serpeggiare tra i produttori come mai era successo negli ultimi anni. «Ma non dobbiamo essere pessimisti – dice Stefano Bottega –. Intanto va detto che i dazi negli Usa ora sono stati portati al 10%, prima erano al 15%. Inoltre, grazie agli ultimi accordi del Mercosur ora le esportazioni son tassate in Sudamerica al 14% invece che al 17% e in India siamo arrivati al dimezzamento dal 150% al 75%. Ci sono mercati interessanti come l'Asia e il Giappone. Ma di certo il momento storico merita una profonda riflessione e una analisi, i numeri non sono buoni».

Inflazione e materie prime

Bottega ha un osservatorio privilegiato: oltre ad essere imprenditore, rappresenta il mondo degli industriali nel vino come vicepresidente in Confindustria con le deleghe di settore ed è anche consigliere di Federvini. Le sue preoccupazioni, più che all'effetto sul lungo periodo dei dazi, sono collegate all'inflazione e all'inevitabile aumento del costo delle materie prime che la guerra causerà: vetro, cartone, logisti-

ca sono altrettante voci che dipendono più o meno direttamente dal costo del petrolio. Se poi si contestualizza, evidenziando che nel mondo del vino i cali di produzione sono enormi in tutte le denominazioni, era prevedibile che prima o poi toccasse anche al Veneto. Ricordiamo infatti che il Prosecco Doc ha chiuso il 2025 da leader mondiale degli spumanti con 667 milioni di bottiglie vendute (+1,1% sul 2024; 606.891.509 bottiglie per le bollicine bianche, 60.360.239 di Rosè) e un valore che sfiora i 3,6 miliardi di euro, spinto da un export che supera l'82% e raggiunge 164 Paesi. Anche per questo motivo, il Consorzio sta lavorando per stabilizzare le procedure di attingimento. La denominazione si estende tra Veneto e Friuli per 24.550 ettari, la glera al di fuori di questo territorio non dovrebbe essere destinata a Prosecco se non in casi eccezionali. Da cinque anni a questa parte però è stato sempre autorizzato l'uso dell'uva piantata fuori dai perimetri della denominazione: 6.250 ettari nel 2021, di 7.500 ettari nel 2022, di 5.800 ettari nel 2023, di 3.900 ettari nel 2024 ed infine di 6.900 ettari nel 2025.

Di fatto, dalla prossima vendemmia ci saranno fissi 3.050 ettari in più, portando la denominazione a 27.500 ettari. Se il mercato terrà, diventeranno 30.500 l'anno successivo, ma se il calo registrato in questi mesi dovesse continuare, per evitare un crollo dei prezzi andranno ripensate alcune cose. Le decisioni? Se ne parlerà dopo il Vinitaly. A maggio infatti il cda del Prosecco Doc deciderà le regole della prossima vendemmia.

[https://corrieredelveneto.corriere.it/notizie/cronaca/26\\_marzo\\_09/prosecco-crolla-la-produzione-nei-primi-due-mesi-2026-e-l-onda-lunga-dei-dazi-173ba242-c942-4ff2-89a6-c38878d5cxlk.shtml](https://corrieredelveneto.corriere.it/notizie/cronaca/26_marzo_09/prosecco-crolla-la-produzione-nei-primi-due-mesi-2026-e-l-onda-lunga-dei-dazi-173ba242-c942-4ff2-89a6-c38878d5cxlk.shtml)

### **LE ESPORTAZIONI DI VINO STATUNITENSE IN CANADA CROLLANO DEL 78% DOPO I DIVIETI PROVINCIALI**

Un anno dopo che le province canadesi hanno iniziato a ritirare i vini statunitensi dagli scaffali dei negozi in

risposta ai dazi americani, nuovi dati confermano che la mossa ha causato la più forte interruzione di un singolo anno nel commercio vinicolo statunitense moderno. Secondo una scheda informativa pubblicata dal Wine Institute, nel 2025 le esportazioni di vino statunitense in Canada sono calate del 78% rispetto all'anno precedente, con una perdita di 357 milioni di dollari in valore per i produttori americani.

Le relazioni commerciali tra i due Paesi sono cambiate radicalmente. Nel 2024, gli Stati Uniti avevano un surplus commerciale di 254 milioni di dollari con il Canada. Alla fine del 2025, quel surplus si è trasformato in un deficit di 90 milioni di dollari. Il Wine Institute, che rappresenta le aziende vinicole americane, ha dichiarato che l'impatto si è fatto sentire in tutto il settore, colpendo le aziende familiari, i coltivatori, i distributori, i lavoratori del settore alberghiero e intere comunità.

Steve Gross, presidente e amministratore delegato ad interim del Wine Institute, ha dichiarato che molte aziende vinicole dipendono dal Canada come principale mercato internazionale. "Per molte aziende vinicole, il Canada non era solo un'altra destinazione di esportazione. È stato il mercato che ha reso possibile la crescita internazionale", ha detto Gross.

Nel 2024 il Canada era il principale mercato di esportazione del vino statunitense, con il 36% di tutte le esportazioni di vino americano e 460 milioni di dollari di spedizioni. Nel 2025, questa quota è scesa bruscamente al 12%, destabilizzando quella che per lungo tempo è stata una pietra miliare delle esportazioni di vino degli Stati Uniti. Il Wine Institute riporta che l'81% delle perdite totali delle esportazioni di vino statunitensi dello scorso anno sono attribuite ai divieti canadesi.

Gli effetti non si sono limitati alle aziende americane. Anche in Canada si registrano danni economici. La British Columbia Liquor Distribution Branch prevede un deficit di bilancio di 77,2 milioni di dollari per l'anno fiscale 2025-26, con una diminuzione del 13,2% del reddito netto rispetto all'anno precedente. L'agenzia ha citato la rimozione dei prodotti alcolici di produzione statunitense come fattore che ha contribuito a questo calo.

Gli importatori e i rappresentanti di vendita canadesi hanno perso lavoro e reddito a causa dei divieti. Anche i lavoratori del settore alberghiero sono stati colpiti e i consumatori hanno perso l'accesso ai marchi americani più conosciuti sugli scaffali dei negozi. Il Wine Institute esorta i leader dei due Paesi a risolvere la controversia e a ripristinare le normali relazioni commerciali. L'organizzazione sottolinea che il vino statunitense è prodotto in tutti i 50 Stati e genera oltre 323 miliardi di dollari di attività economica complessiva a livello nazionale, sostenendo le comunità rurali e le economie locali.

Gross ha sottolineato che le aziende vinicole pianificano e investono per anni e non possono sostituire facilmente un mercato così importante da un giorno all'altro. "Le nostre aziende vinicole hanno urgentemente bisogno di un ritorno al commercio aperto con il Canada. Il loro sostentamento dipende da questo", ha detto. "Un anno è sufficiente".

<https://www.vinetur.com/it/2026030597164/us-wine-exports-to-canada-plunge-78-after-provincial-bans.html>

**LA "FEBBRE INDIANA": DAL 2012 RADDOPPIATI I VOLUMI IMPORT DI VINO**

Il mercato del vino in India sta vivendo una metamorfosi strutturale che lo sta portando da "promessa del futuro" a realtà commerciale. Secondo l'analisi di Del Rey AWM - società di consulenza specializzata nelle dinamiche dei mercati internazionali del vino - l'India si posiziona oggi come il 72° mercato mondiale per valore e il 76° per volume su 275 destinazioni globali. Sebbene la posizione possa sembrare modesta, i numeri raccontano una crescita esponenziale: nell'anno terminante a ottobre 2025, le esportazioni verso il subcontinente indiano hanno raggiunto i 7 milioni di litri per un valore di 28,3 milioni di euro.

I numeri della "febbre indiana": crescita e stabilità

La crescita non è un fenomeno passeggero. Dal 2012, l'India ha più che raddoppiato i volumi di importazione, con un tasso di crescita annuale medio

(CAGR) del 7,3% per i volumi e del 4,6% per il valore. In particolare, ci sono due fattori da tenere in considerazione:

accelerazione recente: solo nell'ultimo anno, i volumi sono balzati del 24% e il valore del 18,8%;

prezzi stabili: nonostante l'inflazione globale, il prezzo medio dell'import è rimasto costante tra i 4 e i 5 euro al litro, attestandosi a 4,04 €/l nell'ottobre 2025.

La svolta del 2026: addio al muro del 150%

Il vero catalizzatore dei prossimi cambiamenti è l'accordo di libero scambio (FTA) tra UE e India, i cui negoziati si sono chiusi il 27 gennaio 2026. Per decenni, il vino europeo è stato gravato da un dazio pesantissimo del 150%, che rendeva le etichette italiane e francesi un bene di lusso estremo. Con la nuova intesa, si prevede:

taglio drastico dei dazi: la tariffa scenderà inizialmente al 75% per poi puntare progressivamente al 20% per i vini premium (sopra i 10-15 dollari) e 30% per i vini standard;

tutela delle IG: per la prima volta, marchi come Prosecco, Barolo e Chianti avranno una protezione legale solida contro le contraffazioni sul mercato indiano;

Chi domina il mercato? Il sorpasso australiano e il ruolo dei distributori. L'analisi di Del Rey AWM evidenzia come la geografia dei fornitori sia in rapido mutamento.

Australia: è la grande vincitrice. Nel 2025 ha quasi raddoppiato le esportazioni in valore (arrivando a 6,9 milioni di euro) e aumentato i volumi dell'87%. Il segreto? Un prezzo competitivo di 2,89 €/l focalizzato sui vini fermi imbottigliati.

Sudafrica: ha conquistato la posizione di secondo fornitore per volume (oltre 1,5 milioni di litri nel 2025), dominando il segmento del vino sfuso a prezzi popolari (circa 1 €/l).

Singapore e gli hub: Singapore rimane un attore chiave, esportando vini (principalmente Champagne e bollicine francesi di alta gamma) a un prezzo medio superiore ai 20 €/l. Insieme alla Francia, controlla quasi l'80% del mercato delle bollicine.

Bhutan e il BiB: curiosamente, il Bhutan è emerso come fornitore strategico (610.000 litri nel 2025), specializ-

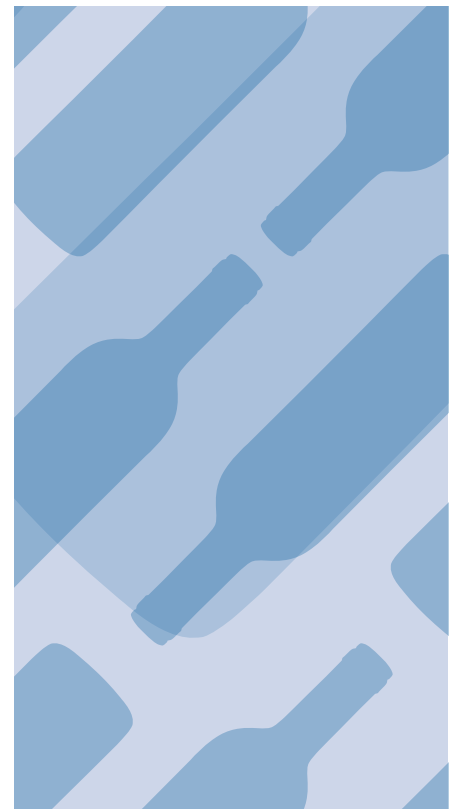
zandosi nel formato Bag-in-Box (BiB), che ha registrato una crescita record del 566% in volume nell'ultimo anno.

L'opportunità italiana: qualità e volume. L'Italia si trova in una posizione privilegiata per sfruttare l'abbassamento dei dazi. Attualmente, il vino italiano viene esportato a una media di 4,46 €/l (rispetto agli 8,42 €/l della Francia). Siamo già i primi per volume nel settore delle bollicine con oltre 168.000 litri, superando la Francia grazie a prezzi più accessibili.

L'India rappresenta oggi solo lo 0,03% del valore dell'export vinicolo UE. È un mercato ancora "piccolo" ma con una classe media in vertiginosa espansione. La sfida per le cantine italiane ed europee non sarà solo abbassare il prezzo grazie all'accordo di libero scambio, ma investire in distribuzione e marketing strategico.

Il muro del 150% è caduto: l'India è pronta per il brindisi, e l'Europa ha finalmente le carte in regola per riempire i calici.

<https://www.winemeridian.com/mercati/export-vino-india-accordo-ue-crollo-dazi-report-febbraio-2026/>



MONDO

**REGNO UNITO, CRESCITA QUANTITATIVA E QUALITATIVA SENZA PRECEDENTI PER LA VITICOLTURA BRITANNICA**

Con la pubblicazione dell'Harvest Report 2025 e della nuova edizione 2026 del Green Book, WineGb, l'associazione di riferimento per il settore vitivinicolo del Regno Unito, apre ufficialmente la nuova stagione vegetativa dei vigneti inglesi su basi mai così solide. I due documenti, presentati in questi giorni, si affiancano ai dati ufficiali della Food Standards Agency (Fsa), l'ente pubblico indipendente del Regno Unito responsabile della sicurezza alimentare, e delineano un quadro di crescita senza precedenti per la viticoltura britannica, sia sotto il profilo quantitativo sia qualitativo.

L'Harvest Report 2025, firmato dal Master of Wine Stephen Skelton, tra i più autorevoli analisti del vino britannico, si basa sui risultati della WineGb Harvest Yield Survey e fotografa un'annata definita una vera e propria "mast year", ovvero un'annata eccezionalmente abbondante. Le condizioni climatiche hanno giocato un ruolo determinante: una primavera precoce e asciutta, seguita da un'estate straordinariamente calda, segnata da quattro ondate di calore ufficiali tra giugno e luglio, hanno favorito una maturazione anticipata e completa delle uve, portando alla vendemmia più precoce mai registrata nel Regno Unito. Dal punto di vista produttivo, la raccolta 2025 ha segnato un +39% sul 2024, grazie non solo al clima favorevole, ma anche a una bassa pressione delle malattie nei vigneti. Parallelamente, tutti i principali indicatori qualitativi mostrano un deciso miglioramento. I Growing Degree Days (i gradi-giorno di crescita che misurano il calore utile accumulato dalla vite nel corso della stagione, ndr) hanno raggiunto quota 1.051, superando la media quinquennale di 1.008. Il potenziale alcolico medio è salito a 10,48%, rispetto al 9,47% dell'anno precedente, mentre l'acidità tartarica ha registrato una lieve diminuzione (da 10,47 grammi per litro

a 10,22 grammi per litro), segnale di uve più mature ed equilibrate. Alcune varietà si sono distinte in modo particolare: Bacchus ha raggiunto una resa media di 9,5 tonnellate per ettaro, Solaris di 7,2 tonnellate per ettaro, mentre il Pinot Noir ha mostrato una lieve crescita sulle medie storiche (5,90 tonnellate per ettaro), confermando il suo ruolo centrale nello sviluppo del vino inglese.

A rafforzare ulteriormente questo scenario intervengono i dati della Food Standards Agency, che indicano per il 2025 un aumento complessivo del +55% della produzione di vino inglese e gallese, pari a 124.377 ettolitri, equivalenti a oltre 16,5 milioni di bottiglie, numeri che testimoniano l'espansione dell'intera filiera, dai vigneti fino alle fasi di stoccaggio e commercializzazione.

Accanto al rapporto sulla vendemmia, WineGb ha presentato anche il Green Book 2026, la guida tecnica annuale di riferimento per la viticoltura nel Regno Unito. Il volume raccoglie informazioni ufficiali sui prodotti fitosanitari autorizzati per la vite, sulla normativa vigente, sulle modalità di irrorazione e sulle buone pratiche per un utilizzo sicuro ed efficace dei mezzi di difesa in vigneto. Il Green Book è stato realizzato dal Viticulture Working Group con il contributo dell'agronomo Will Robinson e della scienziata Joanna McTigue, ed è destinato a rimanere uno strumento operativo centrale per i produttori.

Come sottolinea la ceo WineGb, Nicola Bates, i report raccontano "un comparto che mostra ottimismo, resilienza e tempi entusiasmanti davanti a sé". Anche per Mark Dawson, responsabile Wine Standards Inspection Team della Food Standards Agency, "il 2025 è stato un anno davvero eccezionale per il vino inglese e gallese, e questi dati riflettono chiaramente i notevoli progressi compiuti dal settore. Il nostro ruolo è garantire che il vino che arriva ai consumatori sia sicuro, correttamente etichettato e conforme agli standard richiesti. La crescita che stiamo osservando lungo tutta la filiera, dai vigneti ai magazzini, fino a grossisti e operatori commerciali, rende il nostro lavoro più importante che mai".

[https://winenews.it/it/regno-unito-crescita-quantitativa-e-qualitativa-senza-precedenti-per-la-viticultura-britannica\\_586027/](https://winenews.it/it/regno-unito-crescita-quantitativa-e-qualitativa-senza-precedenti-per-la-viticultura-britannica_586027/)

**LA CINA DEL VINO OLTRE L'IMITAZIONE. WANG FEI: "C'È POTENZIALE PER IL VINO ITALIANO"**

Dal Bordeaux come modello al marselese e Yunnan; dalla crescita disordinata alla selezione razionale centrata sulla qualità; vino italiano sottovalutato. Nel 2017 il paese rappresentava il 7% del consumo mondiale di vino e l'8% delle importazioni globali. Covid, politiche interne e dazi ne hanno decretato il crollo del 47% del 2022. Intervista a 360 gradi sul vino in Cina con Wang Fei di HCSA.

Negli anni 2000 e 2010 la Cina è diventata uno dei mercati vinicoli più dinamici al mondo, arrivando a rappresentare il 7% del consumo mondiale di vino e l'8% del valore delle importazioni globali di settore. Il boom è stato favorito dalla crescita economica, dall'urbanizzazione, da politiche commerciali più aperte (riduzione dei dazi e accordi di libero scambio) e dal sostegno alla produzione nazionale.

Dalla metà degli anni 2010, però, il consumo di vino ha iniziato a calare rapidamente, arrivando a un -47% tra il 2019 e il 2022. Un'ascesa e caduta approfondita in un report dettagliato dal Journal of Wine Economics, che individua tra le cause del crollo le politiche anticorruzione e anti-lusso del presidente cinese Xi Jinping, il rallentamento della crescita economica, la concorrenza di altre tipologie di alcolici, e infine, la pandemia di Covid-19, che ha colpito in modo particolare il vino, prodotto legato a doppio filo al consumo fuori casa. Le importazioni si sono dimezzate, con forti oscillazioni nei rapporti con i principali esportatori (in primis Francia, Australia e Cile). La produzione interna, inizialmente cresciuta, è poi diminuita per scarsa redditività.

Negli ultimi anni, le tensioni commerciali internazionali (come i dazi punitivi contro l'Australia e la guerra tariffaria con gli Stati Uniti) hanno accentuato l'instabilità di questo mercato. Nonostante ciò, l'analisi a lungo

termine suggerisce che la domanda di vino in Cina possa tornare a crescere, trainata dall'aumento del reddito pro capite e dal progressivo avvicinamento alle abitudini di consumo globali, anche se la ripresa sarà probabilmente più lenta di quanto preventivato, irregolare e influenzata da fattori politici e economici interni ed esterni.

HCSA Beijing 2026

LO SCENARIO AL BEIJING INTERNATIONAL HOSPITALITY

In questo scenario, una delle più importanti manifestazioni fieristiche in Cina dedicate ai settori enogastronomico attrae l'attenzione su Pechino, da dove passano le opportunità di business nel food & beverage in Cina. Fino al 20 marzo tiene banco Beijing International Hospitality, Catering & Food Beverage Expo 2026 (HCSA), che negli ultimi anni ha registrato una crescita costante, orientandosi verso prodotti premium e di origine internazionale.

Organizzata da Beijing Henghui International Exhibition con Beijing Food and Beverage Industry Association, HCSA Beijing Expo si è affermata negli anni come piattaforma di business chiave nel nord della Cina, area caratterizzata da un'elevata concentrazione di potere d'acquisto, infrastrutture distributive avanzate e un pubblico altamente ricettivo verso le eccellenze del Made in Italy ed europee. Concepita come punto di incontro diretto tra domanda e offerta, la fiera coinvolge buyer provenienti da hôtellerie, catene di ristorazione, supermercati, piattaforme e-commerce e canali distributivi.

Tutto cambia dunque velocemente e in questa intervista a VinoNews24 Wang Fei, HCSA International Business Development Manager, contribuisce a scattare una fotografia aggiornata e approfondita sul mercato cinese e sull'interazione con gli scenari del vino globale.

L'INTERVISTA. DALL'IMPORT AL FOCUS SULLA PRODUZIONE DOMESTICA

Wang Fei, vorremmo scattare una fotografia dello stato attuale del mondo del vino cinese. Com'è in questo momento l'equilibrio tra produzione interna e consumo di vini importati?

"Il mercato vinicolo cinese sta attraversando un periodo di aggiustamento strutturale. Secondo i dati della China

Alcoholic Drinks Association, i consumi totali hanno subito fluttuazioni negli ultimi anni a causa di molteplici fattori. Il mercato si sta spostando da una crescita guidata dai volumi verso una fase orientata al miglioramento della qualità all'interno di un mercato maturo e consolidato.

I vini importati rappresentano una quota significativa in termini di volumi, in particolare nel segmento degli sfusi, mentre i vini domestici continuano a costituire l'ossatura del valore e delle vendite. Il rapporto tra i due è caratterizzato sia dalla concorrenza sia dalla complementarità. I vini importati – in particolare da Francia, Cile e Australia – mantengono una forte influenza nei segmenti medio-alti e nei canali di consumo on-the-go. I vini domestici, dal canto loro, fanno leva sull'identità culturale locale, su una penetrazione più capillare dei canali distributivi e sulla premiumizzazione di regioni emergenti come la Ningxia, per ricercare nuovi sbocchi nel mercato interno. Allo stato attuale, un equilibrio stabile non è ancora stato raggiunto; i produttori domestici sono ancora impegnati a rafforzare sia la quota di mercato sia la percezione del brand".

Come descriverebbe lo stato del mercato vinicolo in Cina? Qual è il polso del mercato dei fine wine in Cina?

"Il mercato vinicolo cinese è sempre più polarizzato e professionalizzato. Il mercato di massa privilegia il rapporto qualità-prezzo e gli stili di facile beva; il segmento medio-alto punta sulla qualità e sulla narrazione del brand; il segmento di vertice enfatizza l'espressione del terroir e l'identità culturale. Il mercato è passato da una fase di "crescita disordinata" a una di "selezione razionale".

L'interesse e il riconoscimento nei confronti delle migliori cantine domestiche – come Ao Yun, Long Dai e Silver Heights – sono in costante aumento. Inoltre, i consumatori si stanno spostando dal semplice acquisto del prodotto verso l'investimento nell'esperienza, incluse visite in cantina, masterclass e cene con abbinamenti gastronomici.

Cresce l'attenzione al valore finanziario e collezionistico dei fine wine – in particolare di Borgogna e Bordeaux. Concetti come la vinificazione a basso

intervento, le pratiche biologiche e la biodinamica stanno guadagnando terreno tra i consumatori più informati e con un elevato livello di istruzione". Il vino è percepito come un alimento, un simbolo di status o un prodotto culturale?

"Tutte e tre le percezioni coesistono, ma si stanno evolvendo in modo dinamico. La dimensione alimentare rimane l'attributo fondamentale del vino, con una quota crescente di consumi che avviene nei contesti del pasto quotidiano e dell'abbinamento gastronomico.

Il vino continua a svolgere un importante ruolo simbolico, in particolare nell'intrattenimento d'affari e nei regali. Tuttavia, il suo significato si sta spostando dal consumo ostentativo verso una forma di segnalazione di status più legata alla conoscenza e al gusto. La dimensione di prodotto culturale diventa sempre più rilevante. Attraverso la sua integrazione con l'estetica cinese, la cucina locale e le narrazioni identitarie dei terroir regionali, il vino viene gradualmente riposizionato come strumento di scambio culturale e veicolo di valori legati allo stile di vita".

HCSA Beijing 2026

Il gusto dei consumatori cinesi sta cambiando? In che modo? E quali sono le caratteristiche dell'appassionato di vino che decide di studiare e formarsi?

"Le preferenze si stanno allontanando dagli stili intensi e corposi verso vini più eleganti e precisi, con maggiore acidità e freschezza. I vini secchi sono diventati la scelta dominante indiscussa. L'interesse si sta espandendo oltre i riferimenti tradizionali, per includere Italia, Spagna, Germania, Stati Uniti e regioni di nicchia del Vecchio e del Nuovo Mondo.

I consumatori prestano un'attenzione crescente all'interazione del vino con la cucina cinese, piuttosto che berlo in modo decontestualizzato.

Gli studenti WSET sono tipicamente professionisti urbani con reddito medio-alto – spesso provenienti dalla finanza, dalla consulenza, dalle industrie culturali e creative, o dall'imprenditoria – generalmente tra i 25 e i 45 anni. Le loro motivazioni sono fortemente pragmatiche: acquisire una conoscenza strutturata per ridurre l'ansia decisionale, accrescere il capitale culturale e sociale, supportare le decisioni di investimento, o favorire transizioni

di carriera. Come gruppo, fungono da opinion leader e rappresentano una delle principali forze trainanti della premiumizzazione e della sofisticazione del mercato vinicolo cinese".

**LE POTENZIALITÀ  
DEL VINO ITALIANO**

L'influenza del vino francese è ancora forte sul mercato cinese. Qual è l'impatto e la percezione del vino italiano? Potrebbe esserci un'evoluzione significativa in termini di attenzione e consumo? "Rispetto alla Francia, il vino italiano ha ancora un'influenza più limitata in Cina. Tuttavia, si è affermato con solidità come uno dei pilastri fondamentali del segmento dei vini importati. La percezione di mercato si sta progressivamente evolvendo – dal vino italiano inteso principalmente come vino da tavola quotidiano di buon rapporto qualità-prezzo, verso il riconoscimento della sua complessità, diversità e credenziali nel segmento dei fine wine. Stili e denominazioni di riferimento come Amarone, Barolo, Barbaresco, Brunello di Montalcino e Chianti Classico hanno già costruito una solida reputazione tra i consumatori più informati.

Esiste comunque un potenziale di crescita. La straordinaria diversità dell'Italia si allinea bene con la crescente mentalità esplorativa dei consumatori cinesi. I vini spumanti, in particolare il Prosecco, hanno mostrato una crescita rapida, e il potenziale di abbinamento dei vini italiani con la cucina cinese è sempre più riconosciuto.

La complessità dei vitigni e delle denominazioni crea una barriera formativa elevata, e la concentrazione dei brand rimane più debole rispetto alla Francia, rendendo la comunicazione di mercato più frammentata.

Il vino italiano ha un potenziale di crescita chiaro e significativo in Cina, ma i progressi dipenderanno da un'educazione di mercato sistematica e di lungo periodo, nonché da un profondo sviluppo dei canali distributivi. La crescita sarà probabilmente guidata dai fine wine e dalle regioni più distinte, piuttosto che da un'espansione volumetrica generalizzata".

È plausibile immaginare la Cina come il principale mercato di destinazione per i vini europei di alta gamma?

"La Cina è uno dei paesi in cui il numero di individui con un patrimonio netto ultra-elevato è in più rapida crescita al mondo. La domanda di prodotti di alta qualità, con una storia da raccontare e caratterizzati dalla scarsità, rimane forte e resiliente. Le occasioni di consumo del vino e le relative etichette di comportamento sono sempre più integrate nei contesti sociali e d'affari di alto livello.

Rivenditori specializzati, reti di private banking e club privati d'élite offrono un accesso efficace al bacino di consumatori target. Detto questo, questa opportunità è accompagnata da alcuni rischi. La volatilità del mercato, l'incertezza normativa e l'intensificarsi della concorrenza – sia da parte di altri mercati di destinazione emergenti, sia da parte delle stesse cantine premium domestiche cinesi – devono essere attentamente considerati".

Come stanno cambiando i ruoli professionali nella filiera vinicola in Cina? "Il ruolo di importatori e distributori si sta spostando dal puro trading verso la costruzione del brand e l'educazione al mercato. Al di là della logistica e dei prezzi, ci si aspetta che forniscano sempre più contenuti strutturati, formazione e strategia di brand a lungo termine.

Il retail si sta allontanando dal semplice espositore di prodotti per diventare un centro di esperienze e punto di aggregazione per le comunità, come le enoteche boutique e i club a iscrizione riservata, che pongono l'accento sul coinvolgimento e sulla fidelizzazione. Sommelier ed educatori sono diventati figure centrali nell'ecosistema. Sommelier ed educatori del vino fungono ora da ponti fondamentali tra brand e consumatori, con un'influenza che si estende ben oltre la ristorazione, raggiungendo il retail, l'e-commerce, gli eventi e le piattaforme digitali.

Sul fronte della logistica e dello stoccaggio, cresce la domanda di stoccaggio professionale a temperatura controllata, nonché di sistemi di tracciabilità e garanzia della qualità.

Piattaforme verticali di e-commerce specializzate, community di contenuti dedicate al vino e strumenti digitali di gestione dell'inventario stanno emergendo come componenti integranti della filiera".

Sta cambiando di più il retail o il canale horeca?

"Il canale horeca è stato maggiormente esposto ai cicli economici e all'impatto della pandemia, eppure rimane un'arena centrale per la visibilità dei brand, l'educazione dei consumatori e i consumi di fascia alta. Il cambiamento chiave risiede in una maggiore enfasi su liste vini professionali, servizio guidato dai sommelier e marketing orientato all'esperienza.

Il cambiamento nel retail è stato più rapido e marcato.

Le piattaforme di e-commerce generaliste come [JD.com](https://www.jd.com) e Tmall, insieme agli operatori verticali di e-commerce enologico (come Yesmywine), hanno consolidato le loro posizioni, mentre il commercio in livestream è emerso come una nuova variabile di rilievo.

Le enoteche boutique e le catene retail specializzate – come i concetti di cantina di ASC Fine Wines – si stanno espandendo nelle principali città, offrendo selezioni curate e esperienze di degustazione approfondite.

Il mercato si sta evolvendo verso l'integrazione omnicanale. Un modello ibrido che combina generazione di traffico online, esperienza offline e gestione della clientela tramite membership privata si sta affermando come standard del settore".

vigneti in Penglai, Shandong  
vigneti in Penglai, Shandong  
**VINO CINESE, TRA NUOVI STILI, FINE WINES E REGIONI EMERGENTI**

Parliamo di produzione vinicola interna. Qual è il quadro più aggiornato di oggi? Quali sono i numeri e, soprattutto, qual è il posizionamento attuale del vino cinese?

"La produzione vinicola domestica è in calo da diversi anni consecutivi, influenzata dagli aggiustamenti economici, dalla pressione delle importazioni e dalla ristrutturazione in alcune regioni vitivinicole. Al tempo stesso, la reputazione qualitativa e la produzione di fine wine sono in rapida crescita. Il settore sta attraversando una fase di transizione caratterizzata dalla riduzione della capacità produttiva e dall'innalzamento della qualità.

Secondo i dati del National Bureau of Statistics e di fonti di settore, la produzione vinicola domestica ha raggiunto il picco a metà e fine degli anni 2010 e da allora ha continuato a diminuire,

mentre il prezzo medio e il numero di premi conseguiti dalle cantine boutique sono in aumento.

È emerso un doppio posizionamento ben definito: vini da tavola quotidiani ad alto rapporto qualità-prezzo, in concorrenza diretta con i vini importati; vini che valorizzano il "terroir cinese", con un brand regionale incentrato su aree come i Contrafforti Orientali delle Montagne Helan nella Ningxia, lo Xinjiang e Penglai nello Shandong. Questi vini sono posizionati come "doni che rappresentano la Cina", nonché come opzioni per banchetti di alto livello e per i collezionisti, in concorrenza con i fine wine importati.

Come descriverebbe l'evoluzione del sistema/stile vinicolo cinese negli ultimi 10-15 anni?

"Si è verificato un cambio di filosofia: dall'imitazione dello stile bordolese o degli stili internazionali, verso l'esplorazione di una 'espressione cinese' distintiva.

L'aggiornamento tecnologico ha portato all'adozione diffusa di attrezzature e tecniche avanzate, con una crescente attenzione alla fermentazione a temperatura controllata e all'affinamento in barrique.

Si è verificata anche un'evoluzione stilistica: nella fase iniziale (grosso modo prima del 2010) vi era un'attenzione ai vini corposi, con forte influenza del legno e elevati gradi alcolici. Nella fase più recente (fino ad oggi) si è assistito a uno spostamento verso un migliore equilibrio, un'espressione fruttata più fresca, tannini più fini e un'identità di terroir più nitida. Si presta maggiore attenzione all'abbinamento tra vitigni e siti specifici, con una ridotta dipendenza dal legno pesante. Anche le categorie degli spumanti, dei rosati e dei vini bianchi hanno conosciuto uno sviluppo crescente".

Quali regioni stanno attualmente emergendo, e quali possono essere considerate consolidate e riconosciute?

"I Contrafforti Orientali delle Montagne Helan, Ningxia, rappresentano la regione vinicola di punta della Cina. Beneficia di un forte sostegno governativo, di una densa concentrazione di cantine e del maggior numero di riconoscimenti internazionali. La regione ha saputo affermare con successo un'immagine di alta gamma.

Penglai, Shandong, è una regione vitivinicola tradizionalmente forte, caratterizzata da uno stile costiero. Il cabernet sauvignon e il marseLAN ottengono risultati particolarmente brillanti.

Le regioni emergenti sono: Huailai, Hebei, situata vicino a Pechino, con una lunga storia vitivinicola e attualmente in fase di rilancio; Yiyuan, Shanxi, esempio rappresentativo di una regione vinicola premium di piccole dimensioni e carattere artigianale; Shangri-La, Yunnan (Ao Yun), un vino di lusso di altissimo livello prodotto in quota con un terroir unico, posizionato con decisione nel segmento ultra-premium; e il Nord-Est della Cina (ad esempio Huanren), una regione distintiva per la produzione di vini di ghiaccio".

vigneti della tenuta Silver Heights in Ningxia  
vigneti della tenuta Silver Heights in Ningxia

Come sta cambiando la produzione in termini qualitativi? E si sta evolvendo in termini quantitativi? Il consumo interno è in crescita? Qual è la quota delle esportazioni e verso quali regioni?

"La qualità complessiva è migliorata in modo significativo, con le cantine di vertice che raggiungono standard internazionali. L'integrazione tra istituti di ricerca, università e cantine è più stretta, e la gestione del vigneto è diventata sempre più precisa. Nel frattempo, i volumi totali di produzione si stanno contraendo, mentre la proporzione dei fine wine continua ad aumentare.

Influenzata dall'ambiente economico e dall'evoluzione delle abitudini di consumo, la crescita totale del consumo interno è moderata o volatile. È tuttavia evidente una chiara tendenza alla premiumizzazione – bere meno ma meglio.

Le esportazioni rappresentano solo una quota molto ridotta della produzione totale, limitata a percentuali a una cifra. Hanno essenzialmente un carattere simbolico. Le principali destinazioni di esportazione includono Hong Kong, Giappone, Singapore e Regno Unito, con un target prevalente di regali di fascia alta e di mercati della diaspora cinese all'estero. Le esportazioni fungono più da strategia di

immagine del brand che da rilevante driver di fatturato".

Se sembra plausibile affermare che la viticoltura cinese è stata influenzata dagli stili e dalle tecniche europee, potrebbe emergere nel tempo uno stile cinese capace di emanciparsi dalle influenze occidentali?

"È altamente probabile, e sta già accadendo. Uno 'stile cinese' non implica una rottura totale con l'influenza occidentale – i vitigni internazionali e le tecniche di vinificazione rimangono la base – ma piuttosto lo sviluppo di un'espressione distintiva costruita su di essi. I suoi elementi fondamentali comprendono: il terroir, poiché i climi e i suoli diversificati della Cina (come i terreni ghiaiosi della Ningxia e i suoli sabbiosi dello Xinjiang) conferiscono ai vini caratteristiche distintive; oltre alle varietà internazionali, il marseLAN si esprime particolarmente bene in Cina e potrebbe diventarne un vitigno simbolo. Anche l'uva di montagna autoctona (come quella utilizzata per il Beibinghong) è oggetto di esplorazione; la vinificazione potrebbe favorire sempre più tannini più morbidi e acidità fresca per adattarsi alla cucina cinese e alle preferenze dei consumatori, che tendono a non gradire stili eccessivamente pesanti o astringenti. Infine, il design del packaging e la narrazione del brand incorporano in misura crescente elementi dell'estetica cinese".

Se il mercato degli appassionati esperti sceglie spesso oggi di valorizzare maggiormente i vitigni autoctoni, quali potrebbero essere i vitigni cinesi più interessanti sulla scena internazionale?

"L'uva di montagna (*Vitis amurensis*) e i suoi ibridi (ad esempio il Beibinghong). Altamente resistente al freddo e utilizzata per vini dolci distintivi e ice wine, presenta profili aromatici unici come biancospino e frutti di bosco selvatici. Questi vini potrebbero attrarre gli appassionati internazionali come prodotti di nicchia ricchi di carattere.

Varietà euroasiatiche di lunga tradizione come il longyan e il muscat Hamburg. Con una lunga storia di coltivazione in Cina, questi vitigni possono produrre vini freschi con una forte identità locale, anche se il loro riconoscimento internazionale rimane

estremamente limitato.

Nel breve termine, è improbabile che un vitigno autoctono raggiunga un'influenza globale paragonabile a quella del malbec in Argentina. Il marselan – sebbene sia un vitigno di origine francese – è stato ampiamente impiantato in Cina e offre prestazioni eccezionali, rendendolo il candidato più probabile a diventare nel prossimo futuro un "biglietto da visita cinese" riconosciuto a livello internazionale".

<https://vinonews24.it/2026/03/19/la-cina-del-vino-oltre-limitazione-wang-fei-ce-potenziale-per-il-vino-italiano/>

**FRANCIA, PIANO ESTIRPAZIONE VIGNETI: DOMANDE PER 28.000 ETTARI, INFERIORE AL MASSIMALE DISPONIBILE**

Il nuovo Piano nazionale di estirpazione dei vigneti in Francia, il secondo in pochi anni, ennesima misura presa per la riduzione del potenziale vinicolo e, quindi, per dare una risposta ad una crisi che da tempo attanaglia il settore, come più volte raccontato da WineNews, e con un budget a disposizione di 130 milioni di euro (4.000 euro all'ettaro), non andrà a pieno regime, in quanto le richieste arrivate sono inferiori alla disponibilità precedentemente annunciata. Ieri, 11 marzo, alle ore 12, si è conclusa la manifestazione d'interesse per la richiesta degli aiuti e, secondo i dati iniziali elaborati in via provvisoria da FranceAgriMer, riporta "Vitisphere", l'estirpazione totale dei vigneti ha riguardato 10.342 ettari, pari a 1.392 domande (il 37% delle superfici ammissibili), mentre l'estirpazione parziale ha interessato 4.432 domande per 17.586 ettari (il 63% della superficie). I principali dipartimenti richiedenti sono Gironde, Aude, Gard, Hérault, Pirenei Orientali e Gers e quindi vitigni a bacca rossa. Progettato per estirpare 32.500 ettari di vigneti, il Piano 2026, con un budget di 130 milioni di euro, non sarà, quindi, pienamente utilizzato perché i quasi 28.000 ettari di vigneti ammissibili, frutto delle richieste d'aiuto arrivate, porterebbero ad un utilizzo di budget di quasi 112 milioni di euro. E questo nonostante le difficoltà di un mercato che deve fare i conti con costi

di produzione che salgono, di fronte a basse rese, e di valori in calo a causa di eccedenze e difficoltà di mercato, e testimoniato anche da un export che nel 2025 è diminuito del 4,1% in valore sul 2024.

Si parlava anche di richieste di aiuto fino a 50.000 ettari, ma così non è stato. Le ragioni possono essere molteplici: da una previsione ottimistica sul mercato da parte dei viticoltori ad un atteggiamento attendista, dalla tempistica della misura che può aver frenato, fino alla sua attrattività. Un'indagine condotta da FranceAgriMer parlava di un fabbisogno di oltre 34.000 ettari di vigneti da estirpare e le richieste arrivate non vanno tanto lontano da questa stima. I viticoltori avranno tempo fino al 31 dicembre per estirpare le proprie viti ed è da ricordare che un assist per il Piano estirpazioni dei vigneti era arrivato dall'Europa con l'approvazione del "Pacchetto Vino".

[https://winenews.it/it/francia-piano-estirpazione-vigneti-domande-per-28-000-ettari-inferiore-al-massimale-disponibile\\_584756/](https://winenews.it/it/francia-piano-estirpazione-vigneti-domande-per-28-000-ettari-inferiore-al-massimale-disponibile_584756/)

**IL NUMERO DI AZIENDE VINICOLE STATUNITENSIS È SCESO DEL 3% NEL 2025, CON LA CHIUSURA DI QUASI TUTTI GLI STATI.**

L'industria vinicola statunitense ha subito una notevole contrazione nel 2025, con un calo del 3% del numero totale di aziende vinicole, secondo un recente rapporto di Wine Business Monthly. I dati mostrano che il numero di cantine è sceso da 11.450 nel 2025 a 11.107 all'inizio del 2026. Questo calo significa che, in media, nel 2025 ha chiuso circa un'azienda vinicola al giorno. Le chiusure sono state diffuse e hanno riguardato tutti gli Stati tranne il Missouri, che ha mantenuto il numero di 253 cantine. La California, che ospita il maggior numero di aziende vinicole del Paese, ha registrato il calo maggiore. La Pennsylvania ha registrato il calo minore, passando da 402 a 401 cantine. La riduzione del numero di cantine non si limita agli Stati Uniti. Anche il Canada ha registrato un calo, passando da 860 aziende vinicole nel 2025 a

831 nel 2026. La Columbia Britannica rimane la provincia canadese con il maggior numero di aziende vinicole (317), seguita dall'Ontario (284) e dal Quebec (163). La produzione di vino continua in tutte le regioni canadesi, ad eccezione dei Territori dello Yukon. Nonostante l'elevato numero di chiusure, la maggior parte del vino negli Stati Uniti è prodotto da un piccolo gruppo di grandi aziende. Le cinque principali aziende vinicole statunitensi continuano a dominare i volumi di produzione. Gallo rimane la più grande azienda vinicola sia negli Stati Uniti che a livello globale per volume, con una produzione stimata di 90 milioni di casse nel 2026. Questa cifra è in calo rispetto ai 94 milioni di casse del 2025, ma è comunque superiore alla produzione di 75 milioni di casse del 2016. Il portafoglio di Gallo si è ampliato dopo l'acquisizione di diversi marchi da Constellation, ma da allora ha spostato l'attenzione su altre bevande, come i prodotti pronti da bere a base di vodka High Noon.

Il Gruppo Vino ha prodotto 43 milioni di casse nel 2026, in aumento rispetto ai 40 milioni del 2025 ma in calo rispetto al picco di 57,5 milioni di casse del 2016. Trincherio Family Estates ha registrato un calo a 17 milioni di casse rispetto ai 19 milioni dell'anno precedente. Delicato Family Wines ha prodotto 16 milioni di casse, in leggero calo rispetto ai 16,3 milioni del 2025 ma raddoppiando la produzione rispetto a dieci anni fa. Deutsche Family Wine & Spirits ha prodotto circa 12 milioni di casse nel 2026, rispetto ai 13 milioni dell'anno precedente. Altri importanti produttori sono Jackson Family Wines, Treasury Wine Estates, Ste Michelle Wine Estates, Bronco Wine Company e WX Brands. Constellation Brands, una volta classificato come il più grande produttore di vino al mondo con oltre 50 milioni di casse nel 2016, si trova ora al 28° posto con appena 750.000 casse prodotte, mentre sposta l'attenzione verso il suo portafoglio di birre messicane, pur mantenendo alcuni marchi di vino di prestigio come Robert Mondavi. Le sfide del settore non si limitano alla produzione e alle chiusure. La distribuzione rimane un ostacolo significativo per i produttori di vino statunitensi. Il sistema a tre livelli - produttori, distri-

butori e dettaglianti - continua a essere dominato da poche grandi aziende. Southern Glazer's rimane il primo distributore nazionale, seguito da Republic National nonostante la sua uscita dalla California lo scorso anno.

Secondo l'analisi di Wine Business Monthly, oggi ci sono solo circa 1.061 distributori di vino unici che operano negli Stati Uniti, una cifra che è circa un terzo di quella di alcuni decenni fa. Questa concentrazione è stata determinata dal calo della domanda e dalla riduzione dei margini di profitto in tutto il settore. I rivenditori si concentrano sempre di più sullo stoccaggio di un minor numero di prodotti che garantiscano vendite costanti, costringendo così i distributori a restringere la propria offerta.

I leader del settore notano che questo non è un momento di grande varietà o sperimentazione all'interno dei canali di distribuzione. Al contrario, sia i rivenditori che i distributori danno la priorità ai prodotti che hanno un rendimento costante in termini di vendite e redditività.

Queste tendenze evidenziano i cambiamenti in atto nell'industria vinicola statunitense, che si adatta alle mutevoli preferenze dei consumatori e alle pressioni del mercato. Mentre i grandi produttori hanno le risorse per resistere alle flessioni e adattare rapidamente le strategie, le aziende vinicole più piccole devono affrontare rischi maggiori a causa delle reti di distribuzione sempre più strette e della riduzione della domanda di prodotti di nicchia. I dati suggeriscono che il consolidamento potrebbe continuare, dato che sia i produttori che i distributori cercano stabilità in un mercato in evoluzione.

[https://www.vinetur.com/it/2026031197407/us-winery-count-drops-by-3-in-2025-as-closures-hit-nearly-every-state.html#google\\_vignette](https://www.vinetur.com/it/2026031197407/us-winery-count-drops-by-3-in-2025-as-closures-hit-nearly-every-state.html#google_vignette)

## **LA FILLOSSERA SI RIPRESENTA NELLE PRINCIPALI REGIONI VINICOLE MENTRE IL PARASSITA SI ADATTA E SI DIFFONDE A LIVELLO GLOBALE**

La fillossera, un piccolo insetto originario del Nord America, rimane una

minaccia persistente per l'industria vinicola mondiale, nonostante oltre un secolo di sforzi di gestione. Il parassita, *Daktulosphaira vitifoliae*, attacca le radici della vite e ha devastato i vigneti europei alla fine del XIX secolo. La crisi portò all'adozione diffusa dell'innesto delle viti europee su portainnesti americani resistenti, una pratica che salvò il settore e divenne standard a livello mondiale.

Oggi, la maggior parte dei vigneti commerciali utilizza viti innestate come protezione contro la fillossera. Tuttavia, i recenti focolai e le ricerche in corso dimostrano che il parassita è tutt'altro che debellato. In Australia, le severe misure di quarantena hanno limitato le infestazioni di fillossera a circa il 5% delle aree coltivate a vigneto. Le autorità utilizzano sistemi di zonizzazione per gestire il rischio: Zone infestate dalla fillossera (PIZ), Zone di esclusione della fillossera (PEZ) e Zone a rischio fillossera (PRZ). Nonostante questi controlli, continuano a verificarsi nuovi rilevamenti. Nel 2006 è stata rilevata la presenza della fillossera a Maroondah, nella Yarra Valley, che ha richiesto l'ampliamento della PIZ nel 2023.

Anche negli Stati Uniti si sono verificate nuove minacce. Nel 2019 è stata rilevata la presenza della fillossera nella regione di Walla Walla, nello Stato di Washington. Molti vigneti locali si erano affidati a terreni sabbiosi per la protezione e non utilizzavano viti innestate. Michelle Moyer, docente della Washington State University, ha riferito che ulteriori indagini hanno rivelato che la fillossera si era insediata nella maggior parte delle principali aree viticole dello Stato orientale di Washington. I vigneti più vecchi hanno mostrato una maggiore resistenza, mentre gli impianti più giovani hanno subito tassi di declino più elevati.

Nel 2025, la fillossera è comparsa per la prima volta a Tenerife, la più grande isola spagnola delle Canarie. L'isolamento della regione l'aveva precedentemente tenuta al riparo dal parassita e la maggior parte delle viti non era innestata. Il rilevamento ha sollevato preoccupazioni sulla vulnerabilità di altre regioni isolate o non innestate.

Il Cile rimane uno dei pochi grandi Paesi produttori di vino senza segnalazioni ufficiali di fillossera negli ultimi

anni. Pablo Prieto, enologo di Viña Carmen in Cile, osserva che i rischi globali persistono a causa delle molteplici vie di diffusione. I vivai rappresentano un problema significativo, perché il materiale di propagazione può trasportare parassiti e malattie attraverso le frontiere. Anche il movimento internazionale di persone, piante e macchinari aumenta il rischio.

Un'altra preoccupazione crescente è la diffusione di popolazioni di fillossera che si nutrono di foglie. Tradizionalmente si riconoscono due biotipi: quello che si nutre dalle radici e quello che si nutre dalle foglie. Mentre un tempo si riteneva che la *Vitis vinifera* fosse resistente alle forme che si nutrono di foglie, negli ultimi anni si sono registrati focolai in Austria, Germania, Italia settentrionale, Cina, Giappone, Stati Uniti orientali e parti del Sud America. Astrid Forneck, ricercatrice austriaca specializzata in fillossera, sostiene che i cambiamenti climatici potrebbero alterare il comportamento del parassita e le dinamiche di popolazione. Le temperature più calde potrebbero causare movimenti più precoci e tassi di sopravvivenza più elevati.

Anche la tendenza a ridurre l'uso di pesticidi per motivi di sostenibilità potrebbe contribuire ad aumentare la sopravvivenza della fillossera. Nello Stato di Washington, l'abbandono della gestione chimica delle erbe infestanti a favore della falciatura o della coltivazione può aver involontariamente contribuito alla diffusione del parassita tra i blocchi di vigneti. L'aumento della meccanizzazione può anche trasferire gli insetti che si nutrono delle foglie dai campi infestati alle aree pulite.

La gestione della fillossera rimane impegnativa perché molti coltivatori faticano a identificare il parassita o i suoi sintomi. Quando gli insetti fogliare non trovano foglie di cui nutrirsi, si spostano sulle radici della vite e vanno in letargo fino alla stagione successiva.

L'innesto su portainnesti resistenti è ancora considerato la migliore difesa contro la fillossera. Tuttavia, le regioni con viti non innestate devono affrontare scelte difficili in caso di infestazioni. L'introduzione di portainnesti americani potrebbe compromettere i

loro punti di vendita unici e l'identità regionale in un mercato competitivo. È inoltre dimostrato che alcuni ceppi di fillossera stanno evolvendo la resistenza a portainnesti precedentemente efficaci. Warren Birchmore di Vinehealth Australia sottolinea che portainnesti come AxR1 hanno già fallito in passato a causa di nuovi ceppi del parassita. Solo in Australia sono stati identificati 166 ceppi diversi di fillossera, che richiedono lo sviluppo continuo di nuovi portainnesti.

La convinzione che i portainnesti resistenti abbiano risolto il problema della fillossera può portare all'auto-compiacimento del settore. Il parassita continua ad adattarsi e a diffondersi attraverso percorsi tradizionali e nuovi. Mentre il cambiamento climatico altera gli ambienti viticoli e le pratiche sostenibili diventano più comuni, la vigilanza rimane essenziale per proteggere i vigneti di tutto il mondo da questa minaccia duratura

[https://www.vinetur.com/it/2026030997259/phylloxera-resurges-in-key-wine-regions-as-pest-adapts-and-spreads-globally.html#goog\\_fullscreen\\_ad](https://www.vinetur.com/it/2026030997259/phylloxera-resurges-in-key-wine-regions-as-pest-adapts-and-spreads-globally.html#goog_fullscreen_ad)

**LA CINA SI ALLONTANA SEMPRE PIÙ DAL VINO: NEL 2025 EXPORT A 1,25 MILIARDI DI EURO (-14,6%)**

Nemmeno dieci anni fa, era il 2017, la Cina sembrava la terra promessa del vino, attestandosi come il mercato in più rapida crescita del mondo con numeri che parlavano di 751 milioni di litri e 18,85 miliardi di yuan (sui 2,3 miliardi di euro al cambio attuale). Ma quella crescita si è presto interrotta per vari motivi, così come i sogni di tanti produttori che hanno investito, non poco, per promuovere il vino nel più grande (potenzialmente) mercato orientale. Una flessione che non ha fatto retromarcia nemmeno nel 2025, considerando che, secondo i dati doganali cinesi analizzati dall'Organizzazione Interprofessionale del Vino Spagnolo (Oive), le importazioni complessive di vino da parte della Cina, nel 2025, sono diminuite sia in valore (-14,6%) che in volume (-26,7%), raggiungendo 1,25 miliardi di euro e 207,2 milioni di litri. Il prezzo medio

è aumentato del 16,5%, attestandosi a 6,07 euro al litro. Rispetto al 2024, le importazioni di vino cinesi sono diminuite di 215,8 milioni di euro e 75,6 milioni di litri.

L'import dei vini imbottigliati, che rappresenta la quasi totalità in valore e 2/3 del volume di vino importato in Cina, è diminuito, sempre nel 2025, sia in valore (-14%) che in volume (-18,8%), raggiungendo 1,2 miliardi di euro e 141,7 milioni di litri. Il prezzo medio del vino in bottiglia è aumentato del +5,9% a 8,49 euro al litro. Mentre le importazioni di vino sfuso sono diminuite del -27,1% in valore e del -39,6% in volume, toccando, rispettivamente, 54,4 milioni di euro e 65,4 milioni di litri, nonostante un prezzo medio in rialzo del +20,6% (0,83 euro al litro).

Una "emorragia" di acquisti di vino che non ha risparmiato (quasi) nessuno dei mercati "top" analizzando i valori. Ad iniziare dall'Australia, che comunque riconquista la posizione n. 1, ma che, nonostante i dazi cinesi siano spariti da tempo, dopo un'iniziale e forte risalita si sta riassessando: 515,6 milioni di euro il valore delle esportazioni in Cina nel 2025 (-5,4%). L'Australia, quindi, ritorna leader dopo la rimozione, a marzo 2024, dei dazi del 200% imposti dalla Cina, che l'avevano quasi eliminata dal mercato. Il vino australiano rappresenta, oggi, il 41% del valore e il 34% del volume totale delle importazioni di vino cinesi. Alla posizione n. 2 c'è la Francia (370,1 milioni di euro, -18,8%) che precede Cile (115,1 milioni di euro, -30,4%) e Italia (82,3 milioni di euro, -15,5%). Sorprende, invece, lo "score" della Nuova Zelanda, a 39,1 milioni di euro (+25%), mentre calano anche Stati Uniti (28,5 milioni di euro, -40,6%) e Germania (24,1 milioni di euro, -1,8%). Bene, rispetto al 2024, la Georgia (8,8 milioni di euro, +3,1%) e la Moldova (8,2 milioni di euro, +100,3%).

In volume guida sempre l'Australia (71,3 milioni di litri, -9,2%) che precede Cile (52,9 milioni di litri, -43,7%), Francia (33,2 milioni di litri, -36,1%), Italia (14,3 milioni di litri, -14,1%), Spagna (9,9 milioni di litri, -28,7%), Nuova Zelanda (5,4 milioni di litri, +58,5%), Germania (5,3 milioni di litri, +11%) e Stati Uniti (4,1 milioni di litri, -17,3%). Gli spumanti, a livello generale, hanno

raggiunto nel 2025 un valore dell'import a 57,36 milioni di euro (-7,6%), aumentando i volumi (+6,1%) a 7 milioni di litri con il prezzo medio sceso, però, a 8 euro al litro (-12,9%).

[https://winenews.it/it/a-cina-si-allontana-sempre-piu-dal-vino-nel-2025-export-a-125-miliardi-di-euro-146\\_583931/](https://winenews.it/it/a-cina-si-allontana-sempre-piu-dal-vino-nel-2025-export-a-125-miliardi-di-euro-146_583931/)

**USA, IL BOOMERANG DEL PROTEZIONISMO: PERSO UN TERZO DELL'EXPORT**

Il 2025 passerà alla storia come l'"annus horribilis" per il mercato del vino statunitense. Quello che inizialmente sembrava un rallentamento fisiologico del mercato si è trasformato in una vera e propria emorragia finanziaria: secondo i dati recentemente pubblicati dall'U.S. Census Bureau, le esportazioni di vino statunitense sono precipitate del 33,5% rispetto all'anno precedente.

In termini monetari, il settore ha visto sfumare ben 428 milioni di dollari, passando da un valore di 1,3 miliardi di dollari nel 2024 a soli 850 milioni nel 2025. Ma dietro questi numeri freddi si cela una crisi diplomatica e commerciale senza precedenti che ha come protagonista il partner più stretto degli Stati Uniti: il Canada.

Il "fronte canadese": un crollo del 76% Il dato più allarmante riguarda proprio il mercato canadese, storicamente il principale acquirente di etichette americane. Qui, le esportazioni sono colate a picco del 76,8%.

La causa non è legata alla qualità del prodotto, ma a una spirale di tensioni geopolitiche. Le frizioni nate dopo l'insediamento dell'amministrazione Trump, culminate in dichiarazioni provocatorie sulla possibilità di rendere il Canada il "51° Stato" americano, hanno innescato una reazione d'orgoglio nazionale senza precedenti tra i consumatori che si è concretizzato in diversi fenomeni:

Il movimento "Buy Local": in risposta ai dazi e alla retorica politica, i consumatori canadesi hanno boicottato attivamente i prodotti USA.

Restrizioni Provinciali: molte province canadesi hanno rimosso il vino americano dagli scaffali; solo l'Alberta e il Saskatchewan hanno continuato a

permetterne la vendita su larga scala. Mesi di stop quasi totale: i dati di maggio e giugno 2025 sono emblematici. Se nel 2024 il Canada importava circa 33 milioni di dollari al mese, nel 2025 la cifra è scesa a malapena a 1 milione di dollari.

Un settore a due velocità: entry-level vs premium

Non tutte le cantine, però, stanno soffrendo allo stesso modo. L'analisi del mercato evidenzia una netta distinzione tra i vari segmenti di prezzo.

Il declino ha colpito con estrema durezza il vino entry-level, quello più presente nella grande distribuzione e più vulnerabile all'emotività dei consumatori e alle variazioni dei dazi.

Al contrario, le cantine di nicchia che puntano sulla vendita diretta (modello Direct-to-Consumer) e sulle allocazioni limitate sembrano reggere l'urto grazie ad un mercato che si basa su una domanda altamente fidelizzata e volumi ridotti. Nessuna fascia di prezzo è stata completamente immune, ma il segmento premium possiede difese naturali che il vino di massa non garantisce.

Rafforzare l'economia nazionale? Il fallimento della strategia trumpiana. Nonostante il quadro a tinte fosche, la fine del 2025 ha mostrato timidi segnali di miglioramento. Sebbene le esportazioni verso il Canada a novembre e dicembre siano rimaste in calo di circa l'80% rispetto al 2024, si è notata una leggera risalita rispetto ai minimi quasi nulli della primavera. La vera svolta potrebbe arrivare dal fronte legale: la Corte Suprema ha recentemente dichiarato incostituzionali i dazi imposti dall'amministrazione Trump, aprendo uno spiraglio per la distensione dei rapporti commerciali. Tuttavia, come sottolineano gli esperti, non basterà una sentenza a riportare il vino americano sulle tavole canadesi; sarà necessario un lavoro di ricostruzione della fiducia e dell'immagine del brand "Made in USA" che richiederà tempo e diplomazia.

In ogni caso, l'analisi dei dati del 2025 delinea un quadro che va ben oltre la semplice fluttuazione di mercato; rivela il fallimento intrinseco di una strategia basata sui dazi e sullo scontro frontale. Se l'obiettivo della politica protezionistica dell'amministrazione Trump era quello di rafforzare

l'economia nazionale, i risultati nel settore vitivinicolo raccontano una storia diametralmente opposta.

La "guerra commerciale" non ha solo deteriorato i rapporti con i partner storici, ma ha finito per cannibalizzare una delle eccellenze del Made in USA. Il crollo del 76% delle esportazioni verso il Canada non è un danno collaterale accettabile, ma una ferita profonda inferta a migliaia di aziende agricole e cantine americane.

I punti chiave che emergono da questa crisi sono:

L'autolesionismo dei dazi: le barriere tariffarie, pensate per colpire l'esterno, hanno generato ritorsioni (formali e informali) che hanno chiuso i rubinetti del mercato più importante per il vino statunitense.

Il danno d'immagine: la retorica politica aggressiva ha trasformato il vino americano, un tempo simbolo di lifestyle e qualità, in un bersaglio politico. Il movimento "buy local" canadese dimostra che, quando si colpisce l'orgoglio di un partner commerciale, il consumatore smette di guardare l'etichetta e inizia a guardare la bandiera. L'instabilità come costo: l'incertezza generata da continui annunci e contenziosi legali (culminati con l'intervento della Corte Suprema) impedisce alle aziende di pianificare investimenti a lungo termine, lasciando il segmento entry-level – il cuore del fatturato industriale – privo di sbocchi sicuri.

In definitiva, i dati del 2025 confermano che in un'economia globale interconnessa, il protezionismo estremo non protegge, ma isola. Per l'industria del vino statunitense, la vera sfida ora non è solo rimuovere i dazi, ma ricostruire una diplomazia commerciale che riconosca nei vicini dei preziosi alleati, e non degli avversari da sottomettere.

<https://www.winemeridian.com/mercati/crollo-export-vino-usa-canada-dati-2025/>

**CREPUSCOLO CALIFORNIANO: NON BASTA, BISOGNA ESTIRPARE PIÙ VIGNETI**

Siamo in California, in una sala conferenze di Sacramento, l'atmosfera non è quella delle grandi celebrazioni. Non

ci sono stivali sporchi di fango o camicie di flanella, ma abiti scuri e volti tesi da direttori finanziari. Jeff Bitter, presidente di Allied Grape Growers, è categorico: la California deve estirpare altri 40.000 acri di vigneti quest'anno per sperare di riportare in equilibrio l'offerta e la domanda.

Questo grido d'allarme arriva dopo che lo Stato ha già rimosso oltre 38.000 acri tra ottobre 2024 e agosto 2025, circa il 7% della superficie vitata totale. La crisi del vino californiano non è più un'ipotesi remota, ma una realtà visibile lungo le strade rurali di Lodi e della Central Valley, dove cumuli di viti sradicate e vigneti abbandonati segnano il paesaggio.

Una crisi strutturale

Se in passato le difficoltà riguardavano principalmente i vini da scaffale della San Joaquin Valley, oggi il malesere ha raggiunto le zone più prestigiose. Non sono a rischio i vigneti iconici come To Kalon, ma lo sono le aree periferiche della Napa Valley e di Sonoma County. Produttori che per anni hanno portato sul mercato vini da 90 punti ora si chiedono se non sia più redditizio piantare meli o mandorle.

Il problema è un eccesso di offerta strutturale combinato con un drastico calo della domanda globale. I consumatori americani stanno riducendo l'assunzione di alcol o si spostano verso altre bevande, lasciando le cantine con scorte invendute. Il gigante Constellation Brands ha recentemente annunciato la chiusura della storica cantina Mission Bell nella contea di Madera, con la perdita di circa 200 posti di lavoro, dopo il mancato rinnovo di un contratto con E. El J. Gallo.

I costi insostenibili della resistenza. Per un agricoltore, decidere di arrendersi è una scelta atroce, anche dal punto di vista economico. Rimuovere un vigneto costa circa 4.000 dollari per acro, tra estrazione dei pali, tubi di irrigazione e smaltimento delle piante. Tuttavia, continuare a coltivare in modo tradizionale costa tra i 10.000 e i 12.000 dollari per acro all'anno.

In zone come Lodi, la situazione è drammatica: Jaclyn Stokes-Iniguez, della Lodi Winegrape Commission, riferisce che lo scorso anno circa il 50% del raccolto è rimasto invenduto sulla pianta. Molti agricoltori stanno tentando la via della "messa a riposo",

riducendo drasticamente le potature e l'irrigazione per minimizzare i costi, ma gli esperti avvertono che i risparmi reali sono minimi nel primo anno e i rischi di infestazioni parassitarie, come le cocciniglie, possono esporre i proprietari a cause legali promosse dai vicini.

Riconversione e terreni incolti  
 La riconversione non è semplice. Molti guardano alle mandorle, ma il settore agricolo statunitense è generalmente depresso a causa delle tensioni commerciali internazionali. Inoltre, la conversione di terreni agricoli in aree residenziali è ostacolata da rigide leggi urbanistiche, lasciando i proprietari con "macchie di terra" di scarso valore su cui gravano comunque le tasse sulla proprietà.

I segnali di sofferenza finanziaria sono ovunque: Treasury Wine Estates ha recentemente rivalutato ed escluso l'avviamento delle sue operazioni negli Stati Uniti, inclusi gli investimenti nella prestigiosa Daou Vineyards. Gli analisti di Silicon Valley Bank prevedono che questa fase di contrazione potrebbe durare fino al 2027 o 2028. Nonostante il panorama desolante, tra i filari della California resiste una resilienza tipica di chi lavora la terra. "Non siamo persone che si arrendono", dicono i produttori di Lodi, ma la realtà dei numeri suggerisce che, prima di poter tornare a brindare, l'industria californiana del vino dovrà accettare di diventare molto più piccola.

<https://www.winemeridian.com/mercati/crisi-vino-california-rimozione-vigneti-febbraio-2026/>



ITALIA

**DISTILLAZIONE DI CRISI PER LA SICILIA DEL VINO. LA REGIONE DICE SÌ ALLE RICHIESTE DELLE ASSOCIAZIONI**

Tempi difficili per il vino siciliano, ma anche tempi di misure concrete per cercare di rimediare alla sovrapproduzione e agli stock eccessivi. La Regione Siciliana ha incontrato questa settimana le principali sigle sindacali dei viticoltori dando la propria disponibilità ad attivare la misura della distillazione di crisi a valere su fondi dell'Ocm vino non utilizzati per altre misure. Le associazioni di categoria hanno chiesto un provvedimento d'urgenza che dovrebbe essere emanato tramite un decreto di Palazzo d'Orleans che potrebbe trovare risorse dalle risorse finanziarie destinate, in particolare, ai bandi dell'Ocm Promozione non del tutto utilizzate dalle imprese vitivinicole, per via delle difficoltà e delle forti incertezze sui mercati internazionali. Misure urgenti

Il grande areale vitivinicolo della provincia di Trapani è quello maggiormente coinvolto dal problema delle giacenze. La Cia-Agricoltori italiani lo scorso 20 marzo si era appellata all'assessore Luca Sammartino chiedendo l'attivazione di misure eccezionali per poter liberare le giacenze e dare respiro ai produttori in vista della prossima vendemmia. «È indispensabile - ha dichiarato Graziano Scardino, presidente regionale di Cia Sicilia - attivare con urgenza la distillazione di crisi». La Cia ha anche chiesto l'attivazione e l'uso della vendemmia verde.

Il nodo del prezzo minimo  
 Uno dei tempi più delicati dell'incontro di martedì 24 marzo tra sindacati e assessorato siciliano all'Agricoltura è stato quello del prezzo minimo: «Abbiamo chiesto che nell'ambito della distillazione di crisi venga riconosciuto un prezzo congruo e adeguato a favore delle imprese vinicole che decidono di mandare i prodotti in distillazione», ha sottolineato Pino Ortolano, responsabile vino di Confcooperative Sicilia. La distillazione, infatti, dovrebbe essere pagata a un prezzo minimo di 70 centesimi al litro. Quota su cui le sigle sindacali e l'assessore si sarebbero

accordate, considerando che la Sicilia conta sia cantine grandi e strutturate. Ora si attende l'ufficialità dalla Regione Siciliana.

A misure simili sta pensando anche la Regione Piemonte, soprattutto dopo l'incontro del febbraio scorso con alcuni Consorzi di tutela dei vini che hanno chiesto a gran voce interventi per limitare gli stock eccessivi, soprattutto dei vini rossi.

<https://www.gamberorosso.it/notizie/attualita/distillazione-crisi-vino-sicilia/>

**BOLLICINE TOSCANE? ORA ANCHE LA PATRIA DEI VINI ROSSI SCOMETTE SUGLI SPUMANTE IGT**

La Toscana terra di elezione di vini spumanti? Certo per una delle regioni specializzate nei vini rossi resta una prospettiva lontana anche se qualche cosa sta davvero cambiando.

Dal Comitato nazionale vini del ministero dell'Agricoltura e della Sovranità alimentare è giunto il via libera alle modifiche del disciplinare di produzione del vino "Toscana Igt" che prevedono l'introduzione della categoria vino spumante. Un passaggio - avviato con l'approvazione da parte della Giunta regionale toscana a dicembre 2024 - che al Consorzio Vino Toscana definiscono senza mezzi termini «storico» e che «segna un'evoluzione significativa dell'indicazione geografica».

Attesa per l'ok di Bruxelles  
 Ora il dossier dovrà passare l'ultimo esame della Commissione Europea e, quindi, per l'applicazione del nuovo Disciplinare sarà necessario attendere almeno fino alla fine del 2026.

Non è l'unica novità. Nel pacchetto di proposte c'è anche il ricorso esclusivo in etichetta al termine "Toscana" per qualificare il marchio Igt laddove in passato si poteva optare anche per la parola "Toscano".

Bianchi o rosati metodo classico o charmat

Ma la novità di maggiore impatto è sicuramente quella che riguarda la categoria spumante e che apre nuove prospettive produttive per il comparto vitivinicolo regionale. Il nuovo disciplinare istituzionalizza una produzione di bollicine all'interno di una grande denominazione laddove gli

spumanti in Toscana sono stati finora realizzati soprattutto su iniziative di singole imprese e rappresentano di certo una fetta residuale della produzione vinicola. Col nuovo disciplinare invece sarà possibile produrre spumanti metodo classico o Charnat sia bianchi che rosati.

La strategia di diversificazione che la Toscana stia un po' ripensando la propria offerta di vino una volta centrata quasi esclusivamente sui vini rossi è, d'altro canto, un processo che in atto già da qualche tempo basti pensare al forte rafforzamento sulla costa Toscana del Vermentino che ha nel tempo riequilibrato la produzione di Sangiovese. Adesso questo nuovo passo per rafforzare anche gli spumanti.

Antinori, negli Usa i consumi di vino ripartiranno

Cecchi:  
 evoluzione degli stili di consumo  
 «Tutto pronto per affrontare l'ultimo passaggio, quello dell'approvazione da parte della Commissione Europea - ha commentato il presidente del Consorzio Vino Toscana, Cesare Cecchi -. Le modifiche introdotte rispondono all'evoluzione degli stili di consumo e alle esigenze del mercato. L'introduzione della categoria vino spumante, che rappresenta un'importante opportunità di sviluppo per le aziende vitivinicole toscane. Non meno rilevante è la possibilità di usare in etichetta il solo il nome geografico "Toscana IGT" eliminando "Toscano" che punta a rafforzare l'identità del vino e si caratterizza come vero e proprio marchio di qualità, capace di valorizzare l'eccellenza delle produzioni regionali».

L'Indicazione Geografica Tipica "Toscana" comprende oggi diverse tipologie di vino: Bianco, Rosato, Rosso sia fermi che frizzanti. Sono inoltre previste le tipologie da uve appassite (Passito) e da uve stramature (Vendemmia Tardiva). A queste si aggiungono ora due nuove tipologie di bollicine. Una richiesta che viene dai produttori «L'introduzione delle due tipologie di vino spumante, spiega il direttore del Consorzio, Stefano Campatelli - è nata dalla richiesta di molti produttori toscani che da tempo sono impegnati in

questo tipo di produzione e rappresenta una concreta opportunità di sviluppo per il comparto, che, pur restando ancorato alla tradizione, si apre a nuove prospettive in linea con un mercato sempre più orientato alla qualità e alla diversificazione dei prodotti».

I produttori dell'Igt Toscana negli ultimi cinque anni hanno prodotto in media 91 milioni di bottiglie. Il valore complessivo della produzione supera i 458 milioni di euro: il 31% (28,2 milioni di bottiglie) è destinato al mercato italiano, mentre il restante 69% (62,8 milioni di bottiglie) è esportato.

L'Europa rappresenta il principale mercato di riferimento (46% dell'export), seguita dagli Stati Uniti (33%) e dall'Asia (6%). Il Consorzio Vino Toscana, che nel 2019 contava circa 70 soci, oggi ne conta 450. I viticoltori, considerando anche quelli che associati alle cooperative, superano quota 1.700.

<https://www.ilsole24ore.com/art/toscana-patria-vini-rossi-ora-scommette-spumanti-igt-AIXIH1B>

**ENOTURISMO, NELLE CANTINE STRUTTURATE +16,8% DI VISITATORI E +21,4% DI VENDITE DIRETTE ALL'ANNO**

L'enoturismo si conferma un motore di crescita, sia in termini di flussi sia di valore economico: nel 2025 il valore medio di una prenotazione enoturistica ha raggiunto i 39,4 euro per adulto, con un Cagr (tasso annuo di crescita composto, ndr) dell'11% negli ultimi 4 anni, mentre le cantine strutturate registrano una crescita media annua dei visitatori pari al +16,8% e vendite dirette in aumento del +21,4%, un dato superiore all'incremento dei flussi e indicativo di una maggiore capacità di conversione commerciale e di marginalità. A dirlo le anticipazioni del "Report Wine Suite" 2026, che sarà presentato in anteprima a Vinitaly Tourism 2026 che, dopo il debutto nel 2025, vede il settore dell'enoturismo - che non è più solo un'attività accessoria delle cantine italiane, ma un vero asset competitivo con una progettualità orientata al business - entrare stabilmente a Vinitaly, all'edizione n. 58 a Veronafiere a Verona (12-15 aprile),

dove si analizzeranno competenze, visioni e strumenti concreti per un'offerta enoturistica made in Italy sempre più integrata nel turismo globale. Vinitaly Tourism, spiega Veronafiere - che ha realizzato lo studio con Wine Tourism Hub e in collaborazione con i partner Wine Suite, Wine Meridian e Winedering - punta ad affermarsi come un'infrastruttura operativa di connessione tra offerta e domanda enoturistica. Va in questa direzione il piano di incoming di buyer turistici nazionali e internazionali da Stati Uniti, Brasile, Croazia, Regno Unito, Singapore e Thailandia. Tra i profili altamente specializzati, coinvolti tour operator, travel designer e operatori dell'esperienza enogastronomica nei segmenti outdoor e natura, turismo culturale e luxury El experience travel. Sul fronte del programma (nella galleria tra i padiglioni 2 e 3), il palinsesto mixa contenuti e strumenti operativi. Si parte domenica 12 aprile con il tema dell'amministrazione e della fiscalità nell'enoturismo, preceduto da degustazioni esperienziali. Lunedì 13 aprile, dopo l'inaugurazione ufficiale di Vinitaly Tourism, il cartellone proseguirà con "Celiachia ed enoturismo: numeri, trend, richieste e opportunità" e "Impatto dei wine club e del direct-to-client". Sarà, inoltre, presentata una masterclass a cura di The Wine Net sull'offerta enoturistica della cooperazione italiana. Martedì 14 aprile, sarà illustrata in anteprima la survey "Hospitality manager e tour operator" che offrirà il punto di vista di hospitality manager e tour operator sui bisogni, le criticità e le opportunità di sviluppo dell'enoturismo italiano. A seguire, "Winebar: dalla mescita all'esperienza" e "Risorse umane, Hr recruiting e opportunità di lavoro nel mondo dell'enoturismo". Infine, il 15 aprile, il seminario sulle opportunità della digitalizzazione nell'enoturismo (spedizioni, gestione ospiti, software) chiuderà gli appuntamenti di Vinitaly Tourism. Ma ci sarà anche un secondo polo tematico dedicato all'enoturismo (Palaexpo), dove sono in calendario quattro focus di settore. "Enoturismo in Italia, valore della prossimità. Il viaggio verso le cantine: la vera sfida dell'enoturismo" del Movimento turismo del vino aprirà le sessioni di lavoro il 13 aprile, a cui seguirà "L'Italia del

vino nel turismo globale. Attrattività e posizionamento nel mercato americano" realizzata da Roberta Garibaldi in collaborazione con Vinality Tourism. Si proseguirà il 14 aprile con la presentazione della ricerca Unicredit-Nomisma Wine Monitor sul "Ruolo dell'eno-turismo per lo sviluppo delle imprese vinicole italiane: valori, scenari evolutivi e prospettive future", mentre, il 15 aprile, "Metodo Contemporaneo. Osservatorio su arti e paesaggio vitivinicolo" firmato dall'Università degli Studi di Verona e Bam Strategie culturali chiuderà gli approfondimenti di Vinality Tourism 2026.

[https://winenews.it/it/enoturismo-nelle-cantine-strutturate-168-di-visitatori-e-214-di-vendite-dirette-allan-no\\_585107/](https://winenews.it/it/enoturismo-nelle-cantine-strutturate-168-di-visitatori-e-214-di-vendite-dirette-allan-no_585107/)

## **LE ESPORTAZIONI DI VINO ITALIANO SUBISCONO UN CALO DI QUASI IL 12% A CAUSA DELL'INDEBOLIMENTO DELLA DOMANDA GLOBALE**

Le esportazioni di vino italiano sono in forte calo: i nuovi dati di Nomisma Wine Monitor mostrano una diminuzione di quasi il 12% in valore per il 2025. Il volume totale delle esportazioni è ora di circa 5,5 miliardi di euro. Questa flessione arriva mentre i produttori di vino italiani devono affrontare una combinazione di tariffe commerciali, tensioni geopolitiche e crescenti sfide logistiche.

L'impatto si fa sentire in tutto il settore. Se le esportazioni continueranno a rallentare e le spedizioni internazionali resteranno instabili, la prossima vendemmia, prevista tra la fine di agosto e il settembre 2026, potrebbe portare a un'eccedenza di vino difficile da vendere all'estero. Diego Cusumano, noto enologo siciliano e proprietario dell'azienda vinicola Cusumano, ha evidenziato queste preoccupazioni. Ha sottolineato che il mercato globale del vino ha mostrato chiari segni di rallentamento, con un calo di quasi il 12% del valore e un mercato che si è assestato a circa 5,5 miliardi di euro. Diversi mercati chiave per il vino italiano stanno registrando una riduzione della domanda. Negli Stati Uniti, il

più grande mercato extraeuropeo per il vino italiano, i volumi delle esportazioni sono diminuiti del 2,6% e i valori del 6,2%. In Asia, la Cina ha registrato un calo di oltre il 15% in valore delle importazioni di vino italiano, mentre in Giappone le importazioni sono diminuite del 2,2% in volume e dell'1,7% in valore. Il Regno Unito, secondo mercato di esportazione del vino italiano, ha registrato un calo di circa il 6% sia in volume che in valore. Anche la Svizzera ha registrato un calo simile, pari a circa il 6% in valore.

Ci sono alcune eccezioni a questa tendenza. Le importazioni brasiliane di vino italiano sono cresciute del 3,5% in volume e dell'1,9% in valore, mentre la Corea del Sud ha aumentato le proprie importazioni del 5,3%. Tuttavia, questi guadagni non sono sufficienti a compensare le perdite nei mercati tradizionali.

I problemi logistici si aggiungono alle difficoltà degli esportatori. Secondo Cusumano, il conflitto in corso in Medio Oriente e la più ampia instabilità geopolitica stanno rendendo meno accessibili le rotte commerciali internazionali. Ha spiegato che le tariffe e l'aumento dei prezzi hanno già rallentato le esportazioni, ma ora c'è anche la minaccia di interruzioni della catena di approvvigionamento a causa del minor numero di vettori disponibili e dei costi di trasporto più elevati.

Anche quando c'è domanda di vino italiano all'estero, la spedizione delle bottiglie è diventata sempre più complicata. La situazione è particolarmente preoccupante con l'avvicinarsi della prossima vendemmia. I produttori temono che, se non riusciranno a spostare il loro prodotto in modo efficiente, si troveranno ad affrontare eccedenze significative dopo la vendemmia del 2026.

Cusumano ha osservato che mentre alcuni tipi di vino possono essere invecchiati e conservati per periodi più lunghi, ciò non è possibile per tutte le varietà o i produttori. Il rischio è che grandi quantità di vino invenduto possano avere ripercussioni non solo sulle singole aziende vinicole, ma sull'intero settore alimentare e delle bevande italiano.

I leader del settore condividono queste preoccupazioni. Matteo Lunelli, ammi-

nistratore delegato del Gruppo Lunelli e presidente di Ferrari Trento, ha affermato che la guerra e l'instabilità potrebbero avere effetti economici più ampi. Ha sottolineato che i problemi di trasporto potrebbero aggravarsi con la compromissione di rotte strategiche, il calo della fiducia dei consumatori, l'aumento dei costi dell'energia e la difficoltà di raggiungere mercati importanti come il Medio Oriente.

Il Medio Oriente è stato uno dei mercati in più rapida crescita per i prodotti italiani di alta gamma negli ultimi anni. Le perturbazioni in questo mercato potrebbero avere un impatto eccessivo sui produttori di fascia alta.

I timori di un eccesso di offerta sono già stati sollevati in passato. Lamberto Frescobaldi, presidente dell'Unione Italiana Vini (UIV), ha avvertito all'inizio di quest'anno che l'Italia ha già più di 40 milioni di ettolitri di vino in magazzino. Se la prossima vendemmia produrrà una resa media - circa 50 milioni di ettolitri - il Paese potrebbe ritrovarsi con circa 90 milioni di ettolitri disponibili entro la fine dell'anno. Un'offerta così ampia eserciterebbe una notevole pressione al ribasso sui prezzi e minaccerebbe la redditività del settore.

Il rallentamento delle esportazioni di vino italiano è determinato da diversi fattori: dazi commerciali imposti dai principali partner, tensioni geopolitiche in corso che influenzano i flussi commerciali globali, alti costi energetici che incidono sulla produzione e sulle spese di spedizione e persistenti difficoltà nella logistica internazionale. Con mercati importanti come gli Stati Uniti, la Cina, il Regno Unito, il Giappone e la Svizzera che hanno ridotto i loro acquisti di vino italiano, i produttori sono alla ricerca di nuove opportunità mentre gestiscono le crescenti scorte in patria.

Mentre l'Italia si avvia verso un'altra stagione vendemmiale con scorte già elevate e senza una chiara risoluzione dei problemi commerciali o di trasporto in vista, molti operatori del settore si preoccupano di come gestire le potenziali eccedenze senza danneggiare ulteriormente i prezzi o la redditività. I prossimi mesi saranno cruciali, in quanto i produttori osserveranno sia l'andamento della domanda globale

che gli sviluppi della logistica internazionale, che potrebbero determinare le loro prospettive fino al 2026 e oltre.

[https://www.vinetur.com/it/2026031097343/italian-wine-exports-suffer-nearly-12-drop-as-global-demand-weakens.html#goog\\_fullscreen\\_ad](https://www.vinetur.com/it/2026031097343/italian-wine-exports-suffer-nearly-12-drop-as-global-demand-weakens.html#goog_fullscreen_ad)

### **USA, L'EXPORT DI VINO ITALIANO A 1,8 MILIARDI DI EURO NEL 2025 (-13,2%). STABILI I VOLUMI (-0,2%)**

Uno degli argomenti più diffusi nel 2025 nel mondo del vino - ed anche in questo avvio di 2026 - è stato l'andamento del mercato negli Stati Uniti, primo player mondiale per i consumi di vino, ormai notoriamente in calo per una serie di ragioni più volte affrontate su WineNews, e quindi dall'applicazione dei dazi voluti dal presidente Donald Trump alla svalutazione del dollaro, dal calo dei consumi alla crescita di altre bevande che hanno "eroso" la quota di mercato dei vini. Una situazione che ovviamente ha interessato anche l'Italia che vede negli Stati Uniti il suo primo e storico partner commerciale: un Paese, gli States, che, al momento, appare difficilmente sostituibile, nonostante che l'impegno a trovare nuovi mercati di sbocco sia una delle sfide primarie (e più grandi) del comparto. E che il 2025 sia stato un anno complicato lo dimostrano anche i dati doganali statunitensi analizzati dall'Organizzazione Interprofessionale del Vino Spagnolo (Oive), e riportati da WineNews, secondo cui gli Stati Uniti hanno registrato un calo delle importazioni totali di vino, e questo sia in valore (-11,6%) che in volume (-2%), raggiungendo 5,5 miliardi di euro e 1,2 miliardi di litri. Sfiora la doppia cifra il calo del prezzo medio del vino (-9,8%), sceso a 4,62 euro al litro.

Per gruppo di prodotti, sempre a livello complessivo, anche le importazioni di vini in bottiglia sono diminuite nel 2025, sia in valore (-11,7%) che in volume (-1,4%), attestandosi a 5,3 miliardi di euro e 866,1 milioni di litri con un prezzo medio del vino in bottiglia sceso a 6,14 euro al litro (-10,5%). Giù anche le importazioni di vino sfu-

so che nel 2025 sono diminuite, negli Stati Uniti, del -7,6% in valore (a 228,3 milioni di euro) e del 3,3% in volume (334,8 milioni di litri) con il prezzo medio a -4,3%, e quindi a 0,68 euro al litro.

Analizzando i singoli Paesi, l'Italia è il secondo Paese per acquisti di vino in valore da parte degli Stati Uniti, nel 2025, a 1,8 miliardi di euro di export, ma con un calo significativo del -13,2%, mentre resta il n. 1 nei volumi che sono stabili, sul 2024, a 352,9 milioni di litri (-0,2%). Nel ranking dei mercati la Francia è leader in valore con esportazioni verso gli Stati Uniti a 2,1 miliardi di euro (-7,9%) e resta dietro all'Italia nei volumi, ma con numeri in crescita e, quindi, a +6% per 188,3 milioni di litri. Vedendo i mercati in termini di valore, tutti i Paesi sono in negativo: la Nuova Zelanda, terzo esportatore, segna -12% a 421,8 milioni di euro, davanti a Spagna (302 milioni di euro, -16,5%), Australia (192 milioni di euro, -14,5%), Argentina (167 milioni di euro, -12,6%), Cile (140,9 milioni di euro, -6,8%), Portogallo (92,3 milioni di euro, -15,2%), Germania (58 milioni di euro, -19,3%) e Canada (55,1 milioni di euro, -6%). Andando nel dettaglio dei volumi, dietro Italia e Francia c'è il Canada che registra il calo più pronunciato nei Paesi in "top 10", -19,6% a 163,7 milioni di litri. Posizione n. 4 per l'Australia (125,2 milioni di litri, +11,4%), davanti a Nuova Zelanda (103 milioni di litri, +13,7%), Cile (89 milioni di litri, +3,6%), Spagna (65,3 milioni di litri, -2,9%), Argentina (40,4 milioni di litri, -7,2%), Portogallo (21,9 milioni di litri, -5%) e Germania (14,2 milioni di litri, -4%).

[https://winenews.it/it/usa-lexport-di-vino-italiano-a-18-miliardi-di-euro-nel-2025-132-stabili-i-volumi-02\\_584544/](https://winenews.it/it/usa-lexport-di-vino-italiano-a-18-miliardi-di-euro-nel-2025-132-stabili-i-volumi-02_584544/)

### **VIGNETI PUGLIESI IN CRESCITA, PROROGA PER LE DOMANDE DI NUOVI IMPIANTI**

Il settore vitivinicolo pugliese continua a mostrare segnali di vitalità, ma allo stesso tempo affronta una fase complessa tra aumento dei costi e incertezze sui mercati internazionali. In questo contesto arriva una novità per gli operatori del comparto: solo

per il 2026 il termine per presentare le domande di autorizzazione ai nuovi impianti viticoli è stato prorogato al 17 aprile.

La finestra temporale per l'invio delle richieste è stabilita ogni anno tra il 15 febbraio e il 31 marzo, ma per l'annualità in corso il Ministero dell'Agricoltura ha disposto una proroga, come indicato nel decreto pubblicato sul sito istituzionale. A darne comunicazione è Coldiretti Puglia, che sottolinea come la decisione arrivi in una fase in cui cresce l'interesse per il Vigneto Puglia, sempre più considerato un investimento strategico.

Secondo i dati elaborati dal CREA, il valore fondiario dei vigneti nella regione è aumentato in media del 17% negli ultimi 10 anni, a partire dal 2014. In alcune aree collinari interne l'incremento ha raggiunto addirittura il 19%, confermando il crescente valore della terra agricola in un contesto economico segnato dall'inflazione e dalle tensioni geopolitiche.

Il ritorno della terra come bene rifugio, sottolinea Coldiretti, è legato anche alla situazione internazionale. Le crisi e i conflitti degli ultimi anni hanno riportato l'attenzione sulle campagne come luogo di stabilità economica e opportunità di lavoro, rafforzando la percezione dell'agricoltura come settore strategico per lo sviluppo dei territori. Nonostante la crescente attrattività del comparto vitivinicolo, restano però diverse criticità che gravano sulle imprese. A evidenziarle è il presidente di Coldiretti Puglia Alfonso Cavallo, che richiama l'attenzione sul peso dei costi di produzione.

«Le aziende devono fare i conti con costi di produzione sempre più elevati, aggravati sia dagli effetti dei cambiamenti climatici, che impongono maggiori interventi per l'irrigazione e la difesa dei vigneti dagli eventi estremi, sia da uno scenario internazionale instabile che aumenta l'incertezza sui mercati. Tutto questo si traduce in un carico pesante per le imprese agricole» afferma Cavallo.

In questo quadro, il catasto vitivinicolo assume un ruolo centrale per comprendere l'evoluzione del settore. Secondo Coldiretti si tratta dello strumento più importante per avere un quadro reale della situazione produttiva.

«È l'unico sistema che consente di

disporre di dati precisi su superfici, produzione e potenzialità del settore. Da questa base informativa bisogna ripartire per costruire una strategia di filiera capace di valorizzare la qualità del vino, mantenere rese per ettaro sostenibili e rafforzare il comparto» aggiunge Cavallo.

Le difficoltà del settore emergono anche dall'analisi del mercato. Il direttore regionale di Coldiretti Puglia Pietro Piccioni sottolinea come il comparto stia attraversando una fase delicata nonostante gli ottimi risultati qualitativi dell'ultima vendemmia.

«Il settore vitivinicolo sta attraversando una fase delicata nonostante la vendemmia 2025 sia stata di qualità eccellente» osserva Piccioni. Il problema principale riguarda le giacenze di vino, che hanno raggiunto livelli particolarmente elevati.

Secondo il direttore regionale dell'organizzazione agricola, la combinazione tra scorte elevate e riduzione dei consumi potrebbe creare squilibri sul mercato. «Una situazione che rischia di comprimere ulteriormente i prezzi e scoraggiare nuovi investimenti» spiega. Per Coldiretti è quindi necessario intervenire con misure straordinarie e coordinate, in modo da evitare che una fase congiunturale complessa si trasformi in una crisi strutturale per il settore vitivinicolo.

In questa direzione va il recente via libera del Parlamento Europeo al nuovo pacchetto vino, che recepisce alcune delle richieste avanzate dalle organizzazioni agricole. Le nuove norme puntano a garantire maggiore trasparenza per i consumatori e a semplificare le procedure per le aziende.

Tra le principali novità figura un nuovo regime per le autorizzazioni viticole, che introduce tempi più lunghi e una gestione ritenuta più equilibrata sia dal punto di vista agronomico sia da quello commerciale. Il pacchetto prevede anche un'estensione dei tempi per i programmi di promozione del vino sui mercati internazionali.

Particolare attenzione è stata dedicata anche alla trasparenza delle etichette, soprattutto per quanto riguarda i vini dealcolati. Le nuove disposizioni chiariscono l'uso delle diciture "senza alcol" e "ridotto alcol", con l'obiettivo di rendere più comprensibili le informazioni per i consumatori e più semplici

le procedure per i produttori.

Un altro elemento preisto dal pacchetto europeo riguarda la possibilità per gli Stati membri di attivare misure di crisi uniformi, strumenti che potrebbero rivelarsi utili in momenti di forte instabilità del mercato.

Secondo Coldiretti, però, il cambiamento normativo dovrà essere accompagnato da risorse economiche adeguate per consentire alle aziende vitivinicole di affrontare la transizione. Infine l'organizzazione agricola sottolinea la necessità di una forte semplificazione burocratica, soprattutto per le procedure legate alla promozione e all'export del vino. L'obiettivo indicato è la creazione di un unico ente pubblico di riferimento, capace di ridurre tempi amministrativi, costi e complessità per le imprese.

In una regione come la Puglia, dove il vino rappresenta una delle principali espressioni del Made in Italy agroalimentare, l'equilibrio tra crescita del settore e sostenibilità economica delle aziende diventa sempre più decisivo per il futuro delle campagne e delle comunità rurali.

<https://buonasera24.it/news/cronaca/915148/vigneti-pugliesi-in-crescita-proroga-per-le-domande-di-nuovi-impianti.html>

### **TUTELA DEI VINI ITALIANI: L'ARGENTINA ANNULLA MARCHIO "SAN GIMIGNANO"**

Il Consorzio del Vino Vernaccia di San Gimignano ha ottenuto una nuova vittoria nella tutela internazionale della Dop. La Corte d'Appello argentina ha accolto il ricorso del Consorzio, annullando il marchio "San Gimignano" registrato dalla cantina argentina Mevi S.A., che utilizzava per i propri vini un'etichetta raffigurante le celebri torri medievali della città, accompagnata dalla dicitura "San Gimignano". Secondo il Consorzio, il marchio contestato rischiava di confondere i consumatori circa la reale origine dei prodotti, sfruttando indebitamente la notorietà della Dop toscana.

Tutela dei vini italiani: l'Argentina annulla marchio "San Gimignano" Vernaccia di San Gimignano oltre i confini UE: cancellato marchio argentino

La vicenda risale al 2020, quando grazie alle attività di sorveglianza internazionale condotte da Bugnion S.p.A., il Consorzio rilevò la presenza del marchio Mevi in Argentina, registrato nel 2007 e applicato a vini Cabernet Sauvignon, Chardonnay e Malbec.

Nel 2021, il Consorzio depositò un'azione di cancellazione davanti all'Ufficio Marchi argentino, respinta nel 2024. L'ufficio aveva considerato che la Dop "Vernaccia di San Gimignano" fosse riconosciuta a livello internazionale solo dal 2017, tramite l'Accordo di Lisbona, quindi successivamente alla registrazione del marchio Mevi.

Il Consorzio ha impugnato la decisione, sostenendo un errore nella data di riconoscimento della Dop e una errata interpretazione della normativa argentina e dei trattati internazionali. Il 28 ottobre 2025, il ricorso è stato accolto, con il supporto legale di Bugnion e della Ambasciata d'Italia a Buenos Aires, ottenendo la cancellazione del marchio Mevi. La Corte argentina ha riconosciuto che il segno riproduceva una Dop straniera già registrata in Italia nel 1966, tutelata dalla Convenzione di Parigi e dagli accordi TRIPS, firmati anche dall'Argentina.

Paola Stefanelli, consulente in marchi di Bugnion, ha spiegato: «Una decisione che conferma quanto gli strumenti di tutela delle nostre eccellenze agroalimentari funzionino anche fuori dall'Unione Europea. È fondamentale monitorare i mercati esteri per reagire prontamente agli usi indebiti delle nostre denominazioni». Il presidente del Consorzio, Manrico Biagini, ha aggiunto: «La Vernaccia di San Gimignano è parte della nostra identità, e vederla difesa con tanta determinazione anche oltre oceano ci riempie di orgoglio. Questa vittoria protegge produttori, storia e territorio».

La vittoria argentina segue quella ottenuta recentemente in Spagna, con la cancellazione del marchio VARNACIA 1321, considerato indebitamente evocativo della Dop Vernaccia. Il Consorzio conferma così l'impegno costante nella valorizzazione e difesa delle eccellenze territoriali, affiancato dall'esperienza di Bugnion S.p.A., leader nella consulenza in Proprietà Intellet-

tuale per i Consorzi italiani.

<https://www.italiaatavola.net/flash/wine/2025/11/17/tutela-dei-vini-italiani-l-argentina-annulla-marchio-san-gimignano/115770/>

## I FURBETTI DEL VINO

**TRUCCATO: DUE MILIONI  
E MEZZO DI LITRI CON FALSE  
CERTIFICAZIONI DOP**

Nella botte grossa c'era il vino falso. Due milioni e mezzo di litri di vino con false certificazione DOP e IGP. È andata in porto una mega operazione nazionale della Guardia di finanza, condotta grazie alla collaborazione tra il ICQRF e il Nucleo Speciale Beni e Servizi della Guardia di Finanza, iniziata addirittura nel corso del 2024. L'operazione, denominata "Vinum Mentitum" e finalizzata al contrasto delle frodi nel settore vitivinicolo, è nata dall'analisi congiunta delle informazioni e dei dati disponibili alle due Amministrazioni, ha tenuto in considerazione molti aspetti critici di un settore come quello vitivinicolo che ha raggiunto un'importanza strategica nel mercato, aumentando il consolidamento del ruolo di leadership dell'Italia negli scambi dell'export agroalimentare.

E il risultato è impressionante: i controlli, eseguiti su tutto il territorio nazionale dai Reparti territoriali della Guardia di Finanza e dagli Uffici e Laboratori dell'ICQRF, hanno portato al sequestro di circa 2,5 milioni di litri di vino falsamente certificati DOP e IGP, per un valore complessivo superiore a 4 milioni di euro, nonché alla segnalazione di 24 soggetti alle Autorità amministrative competenti.

Nel corso delle ispezioni sono state inoltre riscontrate numerose incongruenze tra le giacenze fisiche e le rimanenze contabili risultanti dal registro dematerializzato SIAN, con conseguente contestazione di 59 violazioni amministrative, che hanno determinato un gettito minimo per l'erario pari a 410.000 euro, oltre all'emissione di 11 diffide per violazioni sanabili.

I controlli si sono concentrati sulla prevenzione e repressione di pratiche fraudolente legate alla illecita rivendicazione di vini come DOP e IGP, all'utilizzo di uve e mosti non conformi ai disciplinari di produzione e alla

provenienza da areali diversi da quelli certificati, con l'obiettivo di tutelare il mercato e garantire una corretta informazione ai consumatori.

L'accurata analisi del rischio, svolta congiuntamente dall'ICQRF centrale e dal Gruppo Anticontraffazione e Sicurezza Prodotti del Nucleo Speciale Beni e Servizi, ha individuato specifiche criticità nelle diverse fasi della filiera - dalla raccolta all'imbottigliamento - anche in relazione a fattori esogeni quali eventi climatici avversi, carenza di manodopera, inflazione e fitopatie. Tali elementi hanno orientato la pianificazione delle attività di controllo e la selezione degli operatori da sottoporre a verifica.

Dalle attività sono scaturiti anche controlli di natura fiscale, che hanno consentito di accertare l'omessa documentazione di operazioni imponibili per oltre 280.000 euro, l'omessa versamento dell'IVA per circa 800.000 euro, nonché irregolarità in materia di lavoro sommerso e accise sul vino.

I risultati dell'operazione confermano, ancora una volta, l'efficacia dell'azione sinergica tra ICQRF e Guardia di Finanza nella tutela del Made in Italy, delle denominazioni di origine e delle indicazioni geografiche, a garanzia della leale concorrenza e delle scelte consapevoli dei consumatori.

<https://unionemonregalese.it/news/la-cronaca/309513/i-furbetti-del-vino-truccato-due-milioni-e-mezzo-di-litri-con-false-certificazioni-dop.html>



## ISTITUZIONI

### TOSCANA: OLTRE 6,7 MLN EURO AD AZIENDE VITIVINICOLE

La giunta regionale della Toscana, su proposta dell'assessore Leonardo Marras, ha deliberato l'attivazione dell'intervento "Investimenti Ocm Vino", destinando 6,777 milioni di risorse comunitarie alle aziende vitivinicole per la campagna 2026/2027, con lo scopo di finanziare le domande dei viticoltori toscani relative a investimenti di durata annuale.

Per richiedere i contributi le imprese devono avere alcuni requisiti e sono previsti criteri di priorità per le domande dei viticoltori che si trovino in determinate condizioni. Come dichiara il presidente della Regione Eugenio Giani, "la Toscana guarda agli investimenti e punta sul settore vitivinicolo che conferma attrattività, innovazione e capacità di reazione verso mercati e nuove fasce di consumatori. In questo caso si investe su giovani e anche su imprese localizzate in zone vantaggiose e anche che si trovino nei comuni colpiti da alluvioni negli anni 2023 e 2024. E' un approccio che unisce futuro e territorio".

"Con queste risorse", spiega Leonardo Marras, assessore all'economia, al turismo e all'agricoltura della Regione Toscana, "sosteniamo le imprese che innovano, che puntano sulla qualità, con premialità riservate alla sostenibilità e ai giovani, rafforzando la competitività del nostro sistema produttivo e sostenendo i territori, in particolare quelli più fragili e colpiti dagli eventi alluvionali degli ultimi anni. Il settore vitivinicolo rappresenta uno dei pilastri dell'economia agricola e dell'immagine della Toscana nel mondo, sta attraversando una transizione importante e oggi più che mai dobbiamo continuare a sostenerlo, con misure concrete come questa che va nella direzione di un'agricoltura organizzata, sostenibile e capace di creare sviluppo e lavoro".

Per quanto riguarda i requisiti: sono ammessi interventi sull'intero territorio della Regione Toscana; i beneficiari

devono essere aziende vitivinicole attive nella produzione del vino ottenuto dalla trasformazione di uve fresche o da mosto di uve da esse stesse ottenuto, acquistato o conferito dai soci; ovvero aziende attive nell'elaborazione, l'affinamento e/o il confezionamento del vino. Sono escluse dal contributo le imprese che effettuano la sola attività di commercializzazione dei prodotti oggetto del sostegno.

L'importo minimo di spesa ammissibile per ciascuna domanda è pari o superiore a 30mila euro se presentata dalle micro, piccole o medie imprese e a 100mila euro se presentata da imprese intermedie e grandi. L'importo massimo di spesa ammissibile è pari o inferiore a 400mila per le micro, piccole o medie imprese e pari o inferiore a 500mila euro per le imprese intermedie e grandi.

Verrà data priorità alle domande dei viticoltori che si trovino nelle seguenti condizioni: produttori di vino certificato biologico ai sensi della normativa comunitaria vigente o detentori di ulteriori certificazioni sul vino prodotto oppure sui processi o sull'impresa; il titolare o legale rappresentante ha un'età compresa tra i 18 e i 40 anni al momento della presentazione della domanda; si tratta di un'impresa che esercita l'attività di produzione di vino ottenuto dalla trasformazione di uve fresche o da mosto di uve dalle imprese stesse ottenuti, acquistati o conferiti dai soci anche ai fini della sua commercializzazione; si tratta di impresa localizzata in Zone Svantaggiate (art. 32 del Reg. Ue 1305/2013), aree con alto valore paesaggistico oppure ricadente nei comuni colpiti dagli eventi alluvionali del 2023 e del 2024. Sono ammessi investimenti per l'acquisto di macchine, impianti e attrezzature, compresi i programmi informatici per investimenti collegati alla trasformazione delle uve da vino, all'imbottigliamento, alla conservazione e immagazzinamento del vino; acquisto di strumentazione, attrezzature informatiche e software per la valutazione e analisi di parametri fisico-chimici dei prodotti lavorati, nonché per il monitoraggio e miglioramento della qualità igienico-sanitaria e nutrizionale dei prodotti stessi.

Il contributo è concesso attraverso il

pagamento a saldo del sostegno per un importo fino al 40% della spesa effettivamente sostenuta nel caso di investimenti realizzati da micro, piccole o medie imprese; fino al 20% se realizzati da imprese intermedie; fino al 19% se si tratta di investimenti realizzati da grandi imprese.

La Regione ha dato mandato all'organismo pagatore Artea di predisporre le procedure per la presentazione delle domande, l'istruttoria, i controlli e i pagamenti. La misura rientra tra le agevolazioni previste dal progetto Giovani Regione Toscana.

<https://www.efanews.eu/it/item/58688-toscana-oltre-6-7-mln-euro-ad-aziende-vitivinicole.html?search=Vino>

### **L'ITALIA AMPLIA LA PARTNERSHIP CON ALIBABA PER PROTEGGERE TUTTE LE 892 INDICAZIONI GEOGRAFICHE ONLINE**

Il Ministro delle Politiche Agricole Francesco Lollobrigida ha affrontato le sfide del settore vitivinicolo nel corso di una conferenza a Roma organizzata da Federvini, in cui ha sottolineato la necessità di investire nella promozione del consumo di vino. Lollobrigida ha sottolineato che negli ultimi 30 anni le abitudini di consumo sono cambiate in modo significativo, con un notevole calo del consumo di vino, soprattutto tra le giovani generazioni. Lollobrigida ha attribuito questa tendenza a fattori quali la percezione del vino come costoso e le preoccupazioni per il contenuto di alcol, oltre che all'evoluzione degli stili di vita.

Il ministro ha descritto la situazione attuale come una "tempesta perfetta" per l'industria del vino, citando le tensioni commerciali internazionali, i dazi e le svalutazioni monetarie in mercati chiave come gli Stati Uniti e il Giappone. Questi problemi, uniti alla crisi globale, stanno mettendo sotto pressione le esportazioni di vino italiano. Lollobrigida ha sottolineato che, nonostante queste sfide, l'Italia ha ora un tavolo unificato del settore vitivinicolo, che considera un segno di maturità all'interno dell'industria. Questo

forum consente alle parti interessate di contribuire attivamente a una visione strategica condivisa e aiuta a informare le azioni governative a sostegno del settore.

Lollobrigida ha anche sottolineato che il suo ministero ha aumentato in modo significativo le risorse per la promozione internazionale. Ha ricordato che l'evento Vinitaly di quest'anno si concentrerà sul posizionamento del vino al centro della cucina italiana, riconosciuta come patrimonio dell'UNESCO. Il ministro ha fatto riferimento alle recenti campagne promozionali, tra cui uno spot televisivo che ha raggiunto 71 milioni di collegamenti. Ha annunciato i piani per un'altra campagna rivolta specificamente ai consumatori più giovani.

Affrontando i problemi logistici e l'aumento dei costi che i produttori devono affrontare, Lollobrigida ha detto che sono in corso sforzi per espandersi in nuovi mercati internazionali. Ha identificato la regione del Mercosur come un'area di potenziale crescita per le esportazioni di vino italiano e ha menzionato le discussioni in corso sugli accordi commerciali con l'Australia. Secondo Lollobrigida, l'espansione dell'accesso al mercato è essenziale per il futuro dell'industria vinicola italiana.

Il 25 marzo a Roma, il Ministero delle Politiche Agricole ha rinnovato per la quarta volta l'accordo con Alibaba Group. L'accordo mira a combattere la contraffazione dei prodotti alimentari e delle bevande italiani sulle principali piattaforme di e-commerce. La firma è avvenuta alla presenza del Ministro Lollobrigida e del Vicepresidente di Alibaba Matthew Bassiur. Questo nuovo accordo espande la protezione dalle 44 Indicazioni Geografiche (IG) coperte nel 2023 a tutte le 892 IG attualmente riconosciute in Italia.

L'iniziativa è considerata uno degli esempi più avanzati di cooperazione pubblico-privata per la tutela dei prodotti Made in Italy online. Si concentra non solo sulla lotta alle frodi, ma anche sulla sensibilizzazione dei rivenditori online sul valore delle Indicazioni Geografiche. Prodotti iconici italiani come il vino sono al centro di questo sforzo per salvaguardare l'autenticità e promuovere la tradizione italiana nei mercati digitali globali.

[https://www.vinetur.com/it/2026032598104/italy-expands-alibaba-partnership-to-protect-all-892-geographical-indications-online.html#goog\\_fullscreen\\_ad](https://www.vinetur.com/it/2026032598104/italy-expands-alibaba-partnership-to-protect-all-892-geographical-indications-online.html#goog_fullscreen_ad)

## **LA COMMISSIONE EUROPEA FISSA AL 1° MAGGIO L'AVVIO DELL'ACCORDO COMMERCIALE PROVVISORIO UE-MERCOSUR**

La Commissione europea ha annunciato lunedì che l'applicazione provvisoria delle disposizioni commerciali dell'accordo di associazione tra l'Unione europea e il Mercosur inizierà il 1° maggio. La Commissione ha notificato questo passo ai Paesi del Mercosur attraverso una comunicazione ufficiale inviata al Paraguay, che funge da depositario dei trattati del Mercosur. Questa notifica segna l'ultimo requisito procedurale per l'applicazione provvisoria, dopo la decisione del Consiglio dell'UE del 9 gennaio.

L'accordo entrerà in vigore provvisoriamente tra l'UE e tutti i Paesi del Mercosur che avranno completato il processo di ratifica e informato l'UE entro la fine di marzo. Argentina, Brasile e Uruguay hanno già completato questi passaggi. Il Paraguay ha recentemente ratificato l'accordo e la Commissione europea attende la sua notifica a breve.

Con l'applicazione provvisoria, le tariffe su alcuni prodotti saranno eliminate dal primo giorno. La Commissione ha dichiarato che questa mossa mira a creare regole prevedibili per il commercio e gli investimenti tra le due regioni. L'accordo include misure di salvaguardia per proteggere i settori sensibili dell'economia dell'UE. Tuttavia, il vino e le bevande alcoliche non sono stati inclusi in queste misure di protezione.

L'accordo UE-Mercosur è stato negoziato per anni e copre un mercato di oltre 700 milioni di persone. I sostenitori sostengono che aumenterà le esportazioni e la crescita economica di entrambe le parti. I critici hanno sollevato preoccupazioni in merito agli standard ambientali e all'impatto su specifiche industrie europee.

La Commissione europea ha sottoli-

neato che l'applicazione provvisoria consente alle imprese di beneficiare di tariffe ridotte e di regole commerciali più chiare, mentre la ratifica completa prosegue nei parlamenti nazionali. Si prevede che l'accordo aumenterà i flussi commerciali di prodotti agricoli, manufatti e servizi.

L'esclusione del vino e delle bevande alcoliche dalle misure di salvaguardia ha attirato l'attenzione dei gruppi industriali europei, preoccupati per l'aumento della concorrenza dei produttori sudamericani. La Commissione ha risposto che altri settori sensibili restano protetti da solidi meccanismi progettati per affrontare improvvise perturbazioni del mercato.

Al momento, solo i Paesi del Mercosur che hanno completato le procedure di ratifica parteciperanno all'applicazione provvisoria a partire dal 1° maggio. Il processo rimane aperto per l'adesione di altri membri una volta completati i requisiti interni e notificati all'UE.

<https://www.vinetur.com/it/2026032498053/european-commission-sets-may-1-start-for-provisional-ue-mercosur-trade-agreement.html>

## **TORNA "GENERAZIONE TERRA", DA ISMEA 120 MILIONI AI GIOVANI PER L'ACQUISTO DI TERRENI AGRICOLI**

Nuove opportunità per i giovani agricoltori italiani, una grande risorsa per il settore primario, tanto che l'Italia è leader con 49.000 imprese agricole "under 35" a dimostrazione di un feeling, quello con l'agricoltura, che continua ad attrarre, grazie anche a progetti ad hoc. Giovani agricoltori che possono adesso contare su un'altra misura di sostegno: con una dotazione di 120 milioni di euro per il 2026, misura che finanzia fino al 100% l'acquisto di terreni agricoli, rivolta agli under 41 già attivi nel settore agricolo, che intendono ampliare la propria azienda, ed ai giovani startupper che desiderano avviare una nuova attività imprenditoriale in agricoltura, sia con esperienza sia in possesso di adeguati titoli di studio, riparte anche per quest'anno "Generazione Terra", lo strumento fondiario promosso da

Ismea, in linea con la strategia del Ministero dell'Agricoltura per favorire l'accesso alla terra da parte delle nuove generazioni e sostenere il ricambio generazionale in agricoltura. Il via libera all'avvio della misura è stato deliberato dal Consiglio di Amministrazione Ismea.

"Generazione Terra" rappresenta l'unico strumento fondiario in Europa a basarsi sull'istituto del patto di riservato dominio, che prevede l'acquisto dei terreni da parte di Ismea e la contestuale assegnazione degli stessi ai giovani richiedenti. L'operazione prevede che il debito sia poi pagato con un preammortamento di due anni e un mutuo della durata massima complessiva di trenta anni, con la possibilità per i beneficiari di richiedere, dopo almeno cinque anni, la revisione del tasso applicato al finanziamento, quando migliorativo.

Dal punto di vista finanziario, "Generazione Terra" consente di accedere a interventi fino a 1,5 milioni di euro (500 mila euro per gli startupper con titolo di studio). Per i giovani startupper viene messo a disposizione anche un premio di primo insediamento fino a 100.000 euro, che viene rilasciato a riduzione delle prime rate di ammortamento fino alla avvenuta realizzazione del piano - con un'intensità maggiore nelle aree interne e montane. A conferma dell'attenzione verso i territori più fragili, alle iniziative localizzate nelle aree interne e montane è, inoltre, dedicata in via esclusiva, da quest'anno, una quota del 10% delle risorse complessivamente messe a disposizione. Dal 2011 ad oggi, la Misura ha effettuato 765 operazioni fondiarie, per una superficie complessiva di 27.000 ettari e un valore delle transazioni pari a 483 milioni di euro. I criteri, approvati dal Consiglio di amministrazione, verranno pubblicati sul sito Ismea nei prossimi giorni, mentre il portale per la presentazione delle domande sarà aperto dal 22 aprile al 19 giugno.

"Generazione Terra" dichiarano il presidente Ismea, Livio Proietti, e il dg Ismea, Sergio Marchi - è uno strumento fondamentale, in linea con gli indirizzi del Governo Meloni e del Ministro Lollobrigida, che consente di aiutare i giovani a diventare imprenditori agricoli e a superare le difficoltà iniziali di natura economica e

di accesso alla terra. Desideriamo con l'occasione ringraziare le associazioni agricole per i preziosi spunti forniti nella definizione della nuova edizione della misura".

[https://winenews.it/it/torna-generazione-terra-da-ismea-120-milioni-ai-giovani-per-lacquisto-di-terreni-agricoli\\_585417/](https://winenews.it/it/torna-generazione-terra-da-ismea-120-milioni-ai-giovani-per-lacquisto-di-terreni-agricoli_585417/)

**REGIONE EMILIA-ROMAGNA \* : «LA CAMPAGNA VITIVINICOLA 2026-2027 RICEVE 26 MILIONI DI EURO PER QUALITÀ, INNOVAZIONE E COMPETITIVITÀ»**

Già aperti i primi due bandi regionali: oltre 12,5 milioni per la ristrutturazione e riconversione dei vigneti, domande entro il 14 aprile; e 6 milioni per gli investimenti delle imprese, con scadenza il 14 maggio. Le risorse rientrano nel Piano strategico nazionale della Pac 2023-2027, nell'ambito dell'Organizzazione comune di mercato (Ocm) Bologna - Quinta regione italiana per superficie coltivata a vite, con 52 mila ettari di terreno dedicati. Terza per quantità di uva prodotta, con quasi 8 milioni di quintali. In Emilia-Romagna parte la campagna vitivinicola 2026-2027 e la Regione, nell'ambito dell'Organizzazione comune di mercato (Ocm) destina nuove risorse al settore: oltre 26 milioni di euro, ripartiti su quattro aree di intervento.

Per due di queste sono già aperti i primi bandi: il primo, da oltre 12,5 milioni di euro, è a disposizione dei viticoltori che vogliono estirpare e reimpiantare i propri vigneti, destinati alla produzione di vini a denominazione o indicazione geografica. Il secondo, da 6 milioni, sostiene gli investimenti, materiali e immateriali, negli impianti enologici di trasformazione e/o commercializzazione, per migliorare il rendimento globale delle imprese.

Il terzo bando previsto, per la promozione dei mercati dei Paesi terzi, uscirà a fine aprile; il quarto e ultimo, che riguarda gli investimenti per la sostenibilità dei vigneti, a giugno.

"Abbiamo messo a disposizione risorse importanti per la nostra filiera vitivinicola - afferma l'assessore regionale all'Agricoltura, Alessio Mammi -. Il settore sta attraversando una fase complessa: negli ultimi anni le imprese

hanno dovuto fare i conti con gli effetti sempre più evidenti del cambiamento climatico e, più recentemente, con le tensioni dei mercati internazionali, tra dazi, rincari e una crescente instabilità dei prezzi. Tutti fattori che incidono direttamente sulla sostenibilità economica delle aziende e sul reddito dei viticoltori. In questo contesto diventa sempre più importante rafforzare gli strumenti di gestione del mercato e garantire maggiore equilibrio tra produzione, domanda e valore del prodotto. Il vino - prosegue Mammi - non è soltanto un elemento identitario della nostra cultura e dei nostri territori, ma rappresenta anche una componente fondamentale dell'economia agricola regionale e nazionale. Proprio per questo, a livello europeo, si sta aprendo una riflessione sulla revisione degli strumenti dell'Organizzazione comune dei mercati agricoli, che devono essere sempre più efficaci nel prevenire e gestire le crisi, sostenere il reddito degli agricoltori e proteggere il valore delle produzioni di qualità".

"Come Regione - sottolinea l'assessore - continuiamo a fare la nostra parte investendo sulla competitività e sulla qualità della filiera vitivinicola. Le risorse messe a disposizione con questi bandi servono ad accompagnare le imprese in un percorso di innovazione, sostenibilità e rafforzamento della capacità produttiva e commerciale. L'Emilia-Romagna può contare su oltre trenta vini a denominazione e su una filiera diffusa da Piacenza alla Romagna, fatta di imprese, cooperative e cantine che rappresentano un patrimonio economico e culturale di grande valore. Dobbiamo continuare a rafforzare questa filiera - conclude Mammi - e a promuovere sempre di più i nostri vini nei mercati internazionali, valorizzando il legame tra qualità delle produzioni, territorio ed enogastronomia".

Oltre 12,5 milioni di euro per la ristrutturazione e riconversione dei vigneti. C'è tempo fino al 14 aprile prossimo per partecipare al bando rivolto alle imprese agricole emiliano-romagnole per la ristrutturazione e riconversione dei vigneti. Si tratta dell'ultimo bando della programmazione 2023-2027 e prevede la presentazione di progetti di durata annuale, così da poter ricevere il pagamento entro il 15 ottobre 2027.

Il sistema informatico Siag, messo a punto da Agrea (l'organismo pagatore regionale) consente di compilare il modulo per via telematica. Quest'anno la Regione ha deciso di aumentare il contributo, passando dai 3.000 euro per ettaro del precedente bando ai 6.609 euro per ettaro dell'attuale.

I viticoltori che riceveranno il contributo dovranno mantenere il possesso del vigneto finanziato per almeno 5 anni. I viticoltori "eroici" riconosciuti dalla Regione (le cui vigne ricadono in aree soggette a rischio idrogeologico o con particolare pregio paesaggistico, storico e ambientale), o che coltivano vigneti ad altitudini superiori ai 500 metri sul livello del mare (esclusi altipiani) o con pendenze maggiori del 30% o disposti su terrazzamenti, potranno accedere al contributo previsto per la "viticoltura eroica": da 14.800,5 euro per ettaro (vigneti a spalliera con almeno 2.000 piante per ettaro) a 28.100,5 euro per ettaro nel caso di vigneti a pergola (con almeno 3.252 piante per ettaro).

Investimenti delle imprese vitivinicole, il bando da 6 milioni di euro. Obiettivo, favorire qualità e competitività dei vini emiliano-romagnoli. Per questo la Regione, nel nuovo programma operativo 2026-2027, ha messo a disposizione con un nuovo bando con 6 milioni di euro di risorse per sostenere gli investimenti delle imprese vitivinicole, in modo da aumentare il valore aggiunto delle produzioni, incentivare l'innovazione tecnologica e migliorare l'efficienza energetica dei siti produttivi. Si tratta di contributi in conto capitale, da un minimo del 19% della spesa ammissibile, nel caso si tratti di grandi imprese, a un massimo del 40% per le realtà di dimensioni più piccole. La soglia massima di spesa ammissibile è rimasta invariata (2 milioni di euro) per poter finanziare progetti più strutturati. Le domande potranno essere presentate sempre tramite il sistema Siag entro il 14 maggio 2026.

<https://www.agenziagiornalisticaopinione.it/opinionmix/regione-emilia-romagna-la-campagna-vitivinicola-2026-2027-riceve-26-milioni-di-euro-per-qualita-innovazione-e-competitivita/>

**(SICILIA) AGRICOLTURA,  
VIA LIBERA AL BANDO  
OCM VINO DA 15 MILIONI.  
SAMMARTINO:**

«SIAMO AL FIANCO  
DELLE AZIENDE»

Via libera al bando "Ocm vino Investimenti 2026/2027" pubblicato dall'assessorato regionale dell'Agricoltura con l'obiettivo di migliorare la sostenibilità economica, la competitività dei produttori vitivinicoli e stimolare il rendimento delle aziende.

«Il governo Schifani è al fianco delle imprese vitivinicole - dichiara l'assessore all'Agricoltura Luca Sammartino - mettiamo in campo strumenti che serviranno ai produttori per incentivare la competitività e il rendimento e per affrontare le sfide del mercato globale. Il sostegno è diretto inoltre a migliorare i risparmi energetici, l'efficienza globale, contribuendo così al raggiungimento degli obiettivi di mitigazione dei cambiamenti climatici». La dotazione finanziaria iniziale del bando è di 15 milioni di euro. Sarà possibile presentare esclusivamente progetti di durata annuale con una soglia massima di spesa ammissibile pari a 1 milione e una soglia minima di 20 mila euro. L'aiuto massimo previsto, a valere sulle risorse comunitarie, è pari al 50% dei costi d'investimento ammissibili di cui al progetto approvato. Il sostegno è riconosciuto per gli investimenti materiali o immateriali in impianti di trattamento, in infrastrutture vinicole o in strutture e strumenti di commercializzazione del vino.

<https://www.siciliaagricoltura.it/2026/03/16/agricoltura-via-libera-al-bando-ocm-vino-da-15-milioni-sammartino-siamo-al-fianco-delle-aziende/>

**LOMBARDIA. VINO: BANDO  
CANTINE OCM PER INVESTIMENTI**

Pronto all'apertura il nuovo bando di Regione Lombardia relativo alla misura 'Intervento settoriale vitivinicolo - investimenti' per la campagna 2026-2027, destinata a sostenere la modernizzazione delle aziende vitivinicole del territorio. Le domande di aiuto potranno essere presentate fino al 14 maggio 2026. Lo prevede una delibera approvata dalla Giunta regionale su

proposta dell'assessore all'Agricoltura, Sovranità alimentare e Foreste Alessandro Beduschi.

L'intervento finanzia investimenti materiali e immateriali finalizzati a migliorare la produzione, la trasformazione e la commercializzazione dei prodotti vitivinicoli, rafforzando la competitività delle cantine lombarde. "Il comparto vitivinicolo lombardo", ha dichiarato l'assessore Beduschi, "è un'eccellenza riconosciuta. Un settore che continua a investire in qualità e tecnologia, con uno sguardo sempre più attento alla sostenibilità ambientale. Con la misura Ocm investimenti accompagniamo le aziende nel percorso di crescita, sostenendo l'ammodernamento delle cantine e l'innovazione". Possono accedere al sostegno micro, piccole e medie imprese vitivinicole, imprenditori agricoli singoli o associati, cooperative e imprese di trasformazione che operano sul territorio regionale. Tra gli interventi finanziabili rientrano la realizzazione o ristrutturazione di strutture di cantina, l'acquisto di macchinari e attrezzature innovative, recipienti per l'affinamento del vino, l'allestimento di punti vendita e sale degustazione, oltre a strumenti per la digitalizzazione e l'e-commerce. La spesa minima ammissibile per ogni domanda è fissata in 5000 euro, mentre per alcune tipologie di intervento il limite massimo è 200mila euro.

Nella campagna 2025-2026 la misura ha permesso di sostenere 139 aziende lombarde con 3,7 milioni di euro di contributi, attivando oltre 9,3 milioni di euro di investimenti complessivi nel comparto vitivinicolo regionale. "Il vino lombardo è infatti uno dei grandi ambasciatori del nostro territorio", ha aggiunto l'assessore, "e per continuare a crescere ha bisogno di imprese solide e capaci di innovare".

"Con questo bando", ha concluso Beduschi, "sosteniamo quindi investimenti che migliorano l'efficienza delle cantine e la capacità delle aziende di presentarsi sui mercati con strutture moderne e strumenti adeguati".

Il progetto presentato con la domanda di sostegno ha una durata annuale e deve riguardare investimenti che sia-

no localizzati sul territorio lombardo. <https://www.efanews.eu/it/item/58183-lombardia-vino-bando-cantine-ocm-per-investimenti.html>

**UE-MERCOSUR,  
IL CONSIGLIO ADOTTA  
LE MISURE DI  
SALVAGUARDIA A TUTELA  
DEGLI AGRICOLTORI**

Il Consiglio dell'Unione Europea ha adottato formalmente ieri, 5 marzo 2026, il Regolamento recante l'attuazione della clausola di salvaguardia bilaterale dell'accordo di partenariato Ue-Mercosur e dell'accordo interinale sugli scambi Ue-Mercosur per i prodotti agricoli.

Il Regolamento mira a rafforzare le tutele per gli agricoltori dell'Ue consentendo la rapida applicazione di misure di salvaguardia nel caso in cui le importazioni dai partner del Mercosur minaccino di nuocere gravemente ai produttori dell'Ue.

Leggi anche Ue-Mercosur, annunciata l'applicazione provvisoria

"Abbiamo assunto l'impegno di tutelare i nostri agricoltori e oggi lo abbiamo trasformato in realtà. Gli agricoltori dell'Ue saranno maggiormente protetti dagli shock improvvisi del mercato e dalle impennate delle importazioni. Grazie al Regolamento potremo rispondere in modo rapido ed efficace, così da preservare i nostri interessi agricoli e promuovere al tempo stesso legami commerciali più stretti con il Mercosur" ha affermato Michael Damianos, ministro dell'Energia, del Commercio e dell'Industria della Repubblica di Cipro.

Il Regolamento si basa sui meccanismi di salvaguardia dell'Ue esistenti, ma introduce procedure più rapide, semplificando anche i fattori di attivazione. In particolare, definisce una soglia del 5% - tanto per le diminuzioni di prezzo dei prodotti agricoli Ue quanto per l'aumento delle importazioni dei prodotti Mercosur su una media triennale - superata la quale va avviata un'inchiesta riguardante i prodotti sensibili, quali carne bovina, pollame, zucchero e riso.

L'inchiesta deve concludersi entro quattro mesi e nei casi urgenti è possibile attuare misure provvisorie entro 21 giorni. Le misure possono prevedere la sospensione temporanea delle importazioni a dazio zero dai Paesi del Mercosur di questi prodotti e la riattivazione dei dazi preesistenti.

La Commissione Ue - titolare del potere di aprire le inchieste di cui sopra - monitorerà inoltre in maniera proattiva le importazioni di prodotti agricoli sensibili e pubblicherà relazioni periodiche sugli sviluppi del mercato.

<https://agronotizie.imaginenetwork.com/agricoltura-economia-politica/2026/03/06/ue-mercocur-il-consiglio-adotta-le-misure-di-salvaguardia-a-tutela-degli-agricoltori/88975>

**NUOVI IMPIANTI DI VIGNETI: PROROGATA**

AL 17 APRILE 2026 LA SCADENZA PER PRESENTARE LE DOMANDE

In un'Italia che, nel 2024, contava 721.572 ettari vitati (per oltre il 90% destinati alla produzione di uva da vino, dati dell'Organizzazione Internazionale della Vite e del Vino-Oiv), e con una produzione considerata oggi eccessiva sull'andamento di mercato (44,3 milioni di ettolitri il risultato della vendemmia 2025), si discute, da tempo, di ridurre il potenziale produttivo, abbassando le rese per alcune tipologie di vino, mentre si inizia a discutere, in maniera più o meno esplicita, di espiantare qualche vigna.

Ma in un quadro variegato come quello del vino italiano, fatto da centinaia di denominazioni e migliaia e migliaia di produttori, c'è anche chi vuole investire per far crescere il proprio vigneto. Cosa che, secondo il regolamento europeo in materia, è possibile nella misura dell'1% all'anno in ogni Paese Membro. E, per chi volesse farlo, anche in questo 2026, dal Ministero dell'Agricoltura, arriva la notizia della proroga, fino al 17 aprile 2026 (invece che al 31 marzo 2026) della scadenza "per la presentazione delle domande di autorizzazioni per nuovi impianti dell'annualità 2026". Anche in virtù del fatto che "l'applicativo "Autorizzazioni di nuovo impianto 2026" è stato oggetto di significativi aggiornamen-

ti, che hanno determinato dei ritardi nel funzionamento della piattaforma Sian", come si legge nel decreto ministeriale n. 99377 del 27 febbraio 2026, consultabile qui.

[https://winenews.it/it/nuovi-impianti-di-vigneti-prorogata-al-17-aprile-2026-la-scadenza-per-presentare-le-domande\\_584037/](https://winenews.it/it/nuovi-impianti-di-vigneti-prorogata-al-17-aprile-2026-la-scadenza-per-presentare-le-domande_584037/)



**RICERCA E INNOVAZIONE**

**CHI BEVE REGOLARMENTE QUANTITÀ MODERATE DI VINO HA UN RISCHIO DI MORTALITÀ INFERIORE AI NON BEVITORI**

Il vino, soprattutto se consumato con moderazione, non è soltanto un piacere della tavola: secondo i dati che saranno presentati all'Annual Scientific Session dell'American College of Cardiology, il 28 marzo a New Orleans, chi ne beve regolarmente quantità moderate ha un rischio di mortalità significativamente più basso rispetto ai non bevitori e rispetto a chi preferisce birra, sidro o superalcolici. Lo studio "Gli effetti dell'alcol sulla salute dipendono da ciò che bevi, e da quanto ne consumi", curato da Zhangling Chen, professoressa del Second Xiangya Hospital della Central South University di Changsha in Cina, e condotto su oltre 340.000 adulti britannici, evidenzia un elemento spesso trascurato: nell'impatto dell'alcol sulla salute conta non solo la quantità consumata, ma anche la tipologia di bevanda scelta. L'analisi, realizzata utilizzando i dati della Uk Biobank, la grande banca dati biomedica del Regno Unito che raccoglie informazioni sanitarie, genetiche e di stile di vita, raccolti tra il 2006 e il 2022, conferma innanzitutto quanto già noto in letteratura: un consumo elevato di alcol è associato a un aumento marcato della mortalità generale e dei decessi legati a tumori e malattie cardiovascolari. I bevitori abituali con un'assunzione considerevole presentano, infatti, un rischio superiore del 24% di morte per qualsiasi causa, del 36% per il cancro e del 14% per patologie cardiache rispetto ai non bevitori o ai consumatori occasionali. La vera novità emerge, però, osservando il comportamento dei consumatori moderati. Pur assumendo quantità simili di alcol complessivo, i rischi cambiano in maniera rilevante in base alla bevanda. Chi sceglie il vino - in particolare il vino rosso, ricco di polifenoli e composti antiossidanti - presenta una mortalità cardiovascolare inferiore del 21%. Un dato che gli autori collegano sia alle proprietà bioattive della bevanda sia al contesto tipico di consumo: il vino è spesso as-

sociato a pasti equilibrati e stili di vita complessivamente più sani.

Di contro, anche una dose minima di birra, sidro o superalcolici comporta un peggioramento dei rischi, con un incremento del 9% della mortalità cardiovascolare. Secondo i ricercatori, questo effetto potrebbe derivare non solo dalle differenti caratteristiche chimiche delle bevande, ma anche dai comportamenti che le accompagnano: birra e distillati sono più frequentemente associati a occasioni sociali ad alto consumo calorico, sedentarietà o abitudini alimentari meno salutari.

"Questi risultati provengono dalla popolazione generale e, in alcuni gruppi ad alto rischio, come le persone con malattie croniche o condizioni cardiovascolari, i rischi potrebbero essere ancora maggiori", conclude Zhangling Chen.

[https://winenews.it/it/chi-beve-regolarmente-quantita-moderate-di-vino-ha-un-rischio-di-mortalita-inferiore-ai-non-bevitori\\_585788/](https://winenews.it/it/chi-beve-regolarmente-quantita-moderate-di-vino-ha-un-rischio-di-mortalita-inferiore-ai-non-bevitori_585788/)

**DRONI E IA PER LA BIODIVERSITÀ NEGLI INERBIMENTI**

La sostenibilità del vigneto non dipende soltanto da ciò che accade sulla pianta, ma anche da ciò che cresce attorno ad essa e sotto di essa. In questo senso, la gestione dell'inerbimento interfilare rappresenta uno dei terreni più interessanti della viticoltura contemporanea, perché incrocia biodiversità, servizi ecosistemici, fertilità del suolo, controllo dell'erosione e capacità di costruire sistemi culturali più resilienti. Il problema, semmai, è che questa ricchezza biologica resta spesso difficile da osservare e ancora più difficile da misurare in modo sistematico. Le tecniche tradizionali di monitoraggio richiedono tempo, competenze specialistiche e difficilmente riescono a restituire una mappatura ampia, comparabile e davvero utile alle decisioni aziendali. È qui che il telerilevamento e l'intelligenza artificiale possono trasformarsi da semplice promessa tecnologica a strumento operativo.

Su Il Corriere Vinicolo n. 10 del 16 marzo 2026, I. Ghiglieno, G. Tariku, A. Sanchez Morochio, L. Facciano, C. Birolleau, F. Gentilin, S. Mangiapane,

S. Simonetto e G. Gilioli dell'Agrofood Research Hub, DiCATAM, Università degli Studi di Brescia presentano i risultati di uno studio dedicato proprio alla mappatura della vegetazione di copertura del suolo nei vigneti mediante immagini da drone e modelli di intelligenza artificiale. Il contributo mostra come l'integrazione tra immagini RGB ad alta risoluzione, competenze botaniche e modelli di segmentazione possa aprire la strada a strumenti rapidi, economici e scalabili per identificare e classificare le comunità vegetali presenti negli interfilari. Il valore del lavoro, tuttavia, non sta soltanto nella prestazione tecnica dei modelli, ma nella prospettiva che ne deriva: poter leggere meglio la biodiversità funzionale del vigneto, collegarla ai servizi ecosistemici e usarla per progettare inerbimenti più mirati. In altre parole, non una tecnologia che sostituisce l'osservazione agronomica, ma una tecnologia che la rende più estesa, più precisa e più utile alla gestione.

<https://www.unioneitalianavini.it/approfondimenti-tematici/news/droni-ia-biodiversita-inerbimenti-vigneto>

**I VITICOLTORI FRANCESI ABBRACCIAANO UVE DIMENTICATE E IBRIDE PER COMBATTERE IL CAMBIAMENTO CLIMATICO**

In diverse regioni vinicole francesi è in atto una rivoluzione silenziosa: i viticoltori si rivolgono a varietà d'uva poco conosciute o dimenticate da tempo. Nomi come flôreal, artaban, solaris e souvignier compaiono sempre più spesso nei vigneti, lontano dai classici merlot e chardonnay. Questo cambiamento è dovuto a un mix di adattamento al clima, cambiamento dei gusti dei consumatori e necessità di ridurre gli input chimici e la sensibilità alle malattie.

Le varietà di uva stanno diventando uno strumento fondamentale per i viticoltori che devono affrontare estati più calde, clima imprevedibile e normative più severe sui pesticidi. Alcune regioni stanno riportando in auge antiche uve che un tempo definivano i loro vini locali. Nel sud-ovest della Francia, ad esempio, i vigneti di Gail-

lac stanno valorizzando uve come il loin de l'œil e il prunelard. A Pacherenc-du-Vic-Bilh, l'arrufiac sta tornando in auge, mentre il petit courbu è stato rilanciato a Jurançon. I viticoltori dell'Aveyron stanno reimpiantando anche il fer servadou e il saint-côme. Molte di queste uve sono state abbandonate decenni fa perché erano meno produttive o maturavano in modo incoerente. Ora, alcune si stanno dimostrando resistenti di fronte ai cambiamenti climatici e si allineano alle attuali preferenze per vini più freschi e leggeri. A Saint-Mont, l'uva tardif è stata identificata nel 2000 dal team di ricerca della cooperativa Plaimont. Il tardif è stato riconosciuto ufficialmente nel 2017 e introdotto nel regolamento della regione AOC nel 2021 come varietà di adattamento. Nel 2024 è diventata un'uva accessoria approvata per i vini locali. Il Bouysselet, originario di Fronton e riscoperto nel 2008 presso il Domaine La Colombière dopo anni di oblio, è ora visto come una potenziale base per i vini bianchi della AOC Fronton.

A Bordeaux, c'è un rinnovato interesse per le uve ancestrali. Allo Château de Cazebonne, Jean-Baptiste Duquesne ha catalogato oltre 50 vecchie varietà e sta gradualmente reimpiantando mancin, castet, saint-macaire e bouchalès, uve un tempo scartate per la loro acidità, ma ora assemblate in una speciale cuvée chiamata Cépages d'antan. Nel Médoc, Richard Barraud scommette sul carménère, un'altra uva storica a maturazione tardiva. La tenuta Abel Lorton a Saintonge coltiva otto varietà in 23 microparcelle, tra cui cinque tipi ancestrali: baroque blanc, balzac noir, counoise, chauché e crouchen. Nella regione dell'Aube, la cantina Drappier ha riportato in vita il fromenteau, un'uva diffusa prima della crisi della fillossera, nella sua cuvée monovittigno "Trop m'en faut".

Anche le varietà di uve ibride stanno guadagnando terreno, poiché i viticoltori cercano sia la qualità del sapore sia la resistenza naturale a malattie come l'oidio e la peronospora. Questi ibridi derivano dall'incrocio della vitis vinifera, la specie che sta alla base della maggior parte delle uve da vino europee, con specie americane più resistenti. Il concetto risale a oltre un secolo fa; il baco è stato creato

nel 1898 e rimane importante per la produzione di Armagnac. Negli anni Settanta, il ricercatore di Montpellier Alain Bouquet ha sviluppato il "cépages bouquet" incrociando la vinifera con la vitis rotundifolia.

L'interesse per gli ibridi è aumentato di recente a causa di restrizioni più severe sui trattamenti chimici e di eventi climatici estremi più frequenti. La famiglia di uve ResDur, sviluppata dall'INRAE e dall'IFV, porta con sé uno o più geni per la resistenza alle malattie. Le piantagioni di queste uve sono in aumento in Linguadoca e in altre regioni. La cooperativa Foncalieu ha lanciato la sua cuvée **NU.VO.TE** a base di artaban nel 2019. Ateliers d'Exea in Corbières produce rosé da souvignier gris e vino bianco da muscaris. I nuovi arrivati Pierre El Antonin promuovono le loro cuvée "Petit Sauvage" a base di souvignier gris e cabernet cortis con soli tre trattamenti all'anno rispetto ai quindici delle uve tradizionali.

Altri pionieri sono Mickael Raynal del Domaine de Revel e Roman Tournier a nord-est di Tolosa; entrambi si concentrano sulle cosiddette uve "piwi", un acronimo tedesco che significa resistenti ai funghi. Nelle montagne basche, Château Couronneau ha piantato tre ettari di questi ibridi.

Il 14 febbraio di quest'anno, le autorità francesi hanno approvato quattordici nuove varietà di vite per la coltivazione a livello nazionale, di cui undici resistenti (sei ResDur e cinque Bouquet). Con l'aumento delle pressioni climatiche e l'inasprimento delle normative sui prodotti chimici per i vigneti, molti viticoltori considerano queste uve meno conosciute o ibride come essenziali per il futuro della viticoltura francese.

[https://www.vinetur.com/it/french-winemakers-embrace-forgotten-and-hybrid-grapes-to-combat-climate-change.html#gooGLE\\_vignette](https://www.vinetur.com/it/french-winemakers-embrace-forgotten-and-hybrid-grapes-to-combat-climate-change.html#gooGLE_vignette)

**XYLELLA FASTIDIOSA:  
DAGLI ERBARI STORICI NUOVI  
INDIZI SULLA MALATTIA  
DI PIERCE DELLA VITE**

La diffusione di Xylella fastidiosa, il batterio responsabile di diverse fitopatie che minacciano numerose colture, rappresenta una delle principali pre-

occupazioni per la viticoltura internazionale. Comprenderne l'origine e l'evoluzione è quindi fondamentale per sviluppare strategie di difesa efficaci.

Su Il Corriere Vinicolo n. 9 del 9 marzo 2026, Matteo Giusti racconta uno studio franco-statunitense che ha analizzato il Dna antico del batterio recuperato da campioni vegetali conservati in un erbario storico dell'Università della California.

Grazie alle tecniche di biologia molecolare è stato possibile ricostruire il genoma di un ceppo di Xylella fastidiosa fastidiosa risalente a oltre un secolo fa, permettendo di confrontarlo con campioni più recenti e ricostruire la storia evolutiva del patogeno. I risultati dello studio suggeriscono che il batterio potrebbe essere stato introdotto negli Stati Uniti dall'America Centrale, probabilmente dal Costa Rica, per poi diffondersi nel Sud degli Stati Uniti e successivamente in California.

L'indagine apre prospettive interessanti anche per l'Europa, dove nuovi focolai della sottospecie fastidiosa sono stati individuati negli ultimi anni. Comprendere come il patogeno si diffonde e si adatta agli ambienti agricoli può infatti contribuire allo sviluppo di varietà resistenti o di pratiche agronomiche più efficaci per limitare la diffusione della malattia.

Lo studio offre inoltre una dimostrazione concreta del valore scientifico degli erbari storici, che conservano campioni vegetali utili per analizzare l'evoluzione genetica di patogeni e parassiti nel tempo, diventando così una risorsa preziosa per la ricerca contemporanea.

<https://www.unioneitalianavini.it/approfondimenti-tematici/news/xylella-fastidiosa-malattia-pierce-vite>

**RICERCATORI  
AUSTRALIANI HANNO  
SVILUPPATO UN TEST  
RAPIDO SU CARTA  
PER L'ANIDRIDE  
SOLFOROSA NEL VINO**

Attualmente, i campioni di vino vengono inviati ai laboratori per essere analizzati, un processo che può richiedere tempo e denaro. Il team del Dr. Zhang ha creato una tecnologia di sensori che consente ai produttori di vino di testare i livelli di anidride solforosa

in loco utilizzando una striscia di carta che cambia colore in un minuto. I risultati possono essere letti facilmente con uno smartphone. Questo nuovo metodo mira a ridurre la dipendenza dai test di laboratorio e potrebbe essere adattato per l'uso in altri settori alimentari e delle bevande.

La dottoressa Victoria Hughes di Winechek ha sottolineato l'importanza della precisione del laboratorio e della rapidità dei test in loco durante le diverse fasi della vinificazione. Winechek produce il marchio di kit di analisi Vintessential, che fornisce strumenti di analisi per vino, birra, sidro e altre bevande. La collaborazione con il team del dottor Zhang è considerata un passo importante per mantenere l'innovazione nel settore.

In un progetto separato, il Professore Associato Cheng Zhang e il Dr. Xuemei Li stanno lavorando su metodi per riciclare le sostanze per- e polifluorurate (PFAS), spesso chiamate "sostanze chimiche per sempre". I PFAS sono utilizzati in vari settori, tra cui l'elettronica, l'automotive, l'impermeabilizzazione e l'accumulo di energia, ma sono difficili da smaltire a causa della loro persistenza nell'ambiente.

Il team del dottor Li sta esplorando i modi per trasformare i rifiuti di PFAS in preziose materie prime per applicazioni industriali, come i componenti per le batterie. I metodi attuali per il trattamento dei rifiuti PFAS sono spesso costosi e richiedono molta energia. Per ovviare a questo problema, i ricercatori stanno utilizzando un processo meccanico-chimico di macinazione a sfere che abbatte i rifiuti di materiali fluorurati in modo efficiente, recuperando prodotti contenenti fluoro che possono essere riutilizzati.

Il progetto prevede la collaborazione con Chemours, produttore globale di fluoropolimeri, che fornisce competenze tecniche e campioni di materiale, e Advanced Nanomaterials, un'azienda australiana di nanotecnologie che offre supporto alla commercializzazione e collegamenti con l'industria. Il professore associato Cheng Zhang ha dichiarato che questi nuovi processi potrebbero rafforzare la posizione dell'Australia nel riciclaggio delle risorse di fluoro, riducendo al contempo i costi associati alla gestione dei rifiuti pericolosi. Il lavoro riflette gli sforzi in

corso da parte di ricercatori, partner industriali e agenzie governative per trovare soluzioni basate sulla scienza che promuovano la sostenibilità e pratiche di produzione responsabili.

Entrambi i progetti dimostrano come il finanziamento mirato della ricerca possa contribuire a colmare il divario tra la scoperta scientifica e l'applicazione nel mondo reale, sostenendo le industrie nell'adattamento ai mutevoli requisiti normativi e alle sfide ambientali.

<https://www.vinetur.com/it/202603197422/australian-researchers-develop-rapid-paper-test-for-sulphur-dioxide-in-wine.html>

**I RAGGI ULTRAVIOLETTI MIGLIORANO IL VINO. A BOLGHERI IL CASO DI TENUTA DELL'ORNELLAIA**

Nel cuore della campagna inglese dello Shropshire l'azienda vitivinicola Veenow Vineyard è il primo il primo operatore nel Regno Unito a implementare e commercializzare la tecnologia Uv Boosting sviluppata in Francia, un sistema che promette di rinnovare le pratiche agricole preservando la qualità delle uve.

Come funzionano i raggi Uv sulla vite. La nuova tecnologia Flash Uv-c porta con sé una serie di benefici concreti che, secondo gli esperti, possono cambiare il modo di fare viticoltura. Uno dei vantaggi più significativi riguarda la protezione dal gelo: grazie a una stimolazione preventiva delle viti, effettuata fino a 48 ore prima di un'ondata di freddo, il rischio di gelate può ridursi addirittura del 50%. Un aspetto cruciale in un Paese come il Regno Unito, dove le primavere imprevedibili mettono spesso a rischio le giovani gemme.

Non meno importante è la capacità di contrastare le malattie fungine. Le prove sul campo mostrano come l'utilizzo mirato di raggi Uv-c consenta di tagliare fino al 60% i trattamenti con pesticidi contro oidio e peronospora, con appena tre o quattro applicazioni stagionali. Un passo avanti rilevante sia in termini di sostenibilità ambientale sia per i costi di gestione delle aziende agricole. La tecnologia sembra efficace anche nel ridurre in modo sensibile la presenza di muffe,

abbattendo in media del 40% il livello di infezioni. Non meno rilevanti i test che indicano un incremento delle rese fino al 13% dovuto alla maggiore vigoria delle piante trattate.

La sperimentazione a Bolgheri. Pubblicato sulla rivista scientifica *Plants*, lo studio è stato condotto nei vigneti di cabernet sauvignon della Tenuta dell'Ornellaia. I ricercatori hanno valutato gli effetti di applicazioni di luce Uv-C direttamente in campo, intervenendo in modo mirato nella fase finale del ciclo vegetativo. L'obiettivo era verificare se interventi aggiuntivi e circoscritti potessero influenzare la composizione delle uve al momento della raccolta.

Gli effetti positivi. I risultati ottenuti hanno suggerito un possibile miglioramento del profilo qualitativo, aprendo nuove prospettive per una viticoltura sempre più orientata alla sostenibilità. Infatti è stato riscontrato un aumento della concentrazione di antociani e flavonoli nei grappoli trattati, composti associati all'intensità e alla stabilità del colore dei vini rossi, oltre a un incremento di alcune molecole aromatiche.

«Sapevamo che la luce Uv può stimolare la sintesi di molecole legate alla qualità del vino, ma questi effetti erano stati osservati soprattutto in condizioni di laboratorio», spiega Claudio D'Onofrio, professore di Viticoltura dell'Università di Pisa e coordinatore della ricerca. «Il lavoro dimostra che anche in vigneto è possibile ottenere un incremento di colore e aromi senza penalizzare la resa».

Secondo D'Onofrio la luce Uv-C potrebbe diventare uno strumento aggiuntivo per migliorare la qualità delle uve riducendo al contempo l'impatto ambientale della viticoltura. «Un tema di grande attualità per il settore, chiamato a coniugare sostenibilità, innovazione e qualità in un contesto climatico sempre più complesso.

<https://www.gamberorosso.it/notizie/attualita/raggi-ultravioletti-vino-studio-tenuta-ornellaia-universita-pisa/>

**SOSTENIBILITÀ VINO: I PROGRESSI PER DIMINUIRE IL PESO DELLE BOTTIGLIE**

Il mondo del vino sta vivendo una trasformazione silenziosa ma profonda, dove il prestigio non si misura più in chilogrammi di vetro, ma in sostenibilità e responsabilità climatica. A due anni dal suo lancio, il Bottle Weight Accord (BWA), l'iniziativa promossa dalla Sustainable Wine Roundtable (SWR), ha dimostrato che ridurre l'impatto ambientale non è solo possibile, ma sta diventando il nuovo standard globale.

I numeri del cambiamento. Lanciato nel novembre 2023 con l'obiettivo di ridurre il peso medio delle bottiglie di vino fermo da 550g a 420g entro la fine del 2026, l'accordo ha registrato progressi straordinari. Se alla partenza i firmatari erano solo sei, oggi l'alleanza conta oltre 20 aziende leader che, insieme, producono e vendono circa 2,5 miliardi di bottiglie, ovvero il 9% del consumo globale di vino. I dati parlano chiaro:

Il peso medio è già sceso dai 550g iniziali a 430g alla fine del 2025, portando il traguardo dei 420g ormai a un passo.

In soli due anni, l'iniziativa ha permesso di risparmiare circa 440.000 tonnellate di CO2.

Per dare un'idea dell'impatto, questo risparmio equivale alle emissioni annuali di 73.000 nuclei familiari o di intere città come Cambridge, Hollywood o Bergamo.

L'anniversario del secondo anno è stato segnato dall'ingresso di cinque nuovi firmatari strategici: il monopolio canadese del Quebec (SAQ), i distributori britannici Ellis Wines e Guy Anderson Wines, la cantina spagnola Bodega Beronia e l'argentina Domaine Bousquet. L'adesione di attori come la SAQ è fondamentale: i monopoli nordici, infatti, hanno fissato scadenze rigorose per l'inizio del 2026, oltre le quali i fornitori che non utilizzeranno bottiglie leggere saranno esclusi dagli assortimenti.

Oltre l'ecologia: il vantaggio economico. La scelta di alleggerire il vetro non è solo etica, ma risponde a una precisa logica di riduzione dei costi. Nel Re-

gno Unito, l'introduzione delle tasse EPR (Extended Producer Responsibility) ha reso il peso del packaging un onere finanziario: si stima che, se tutte le riduzioni di peso ottenute dal BWA fossero state soggette alle tariffe britanniche, i partecipanti avrebbero risparmiato circa 58 milioni di sterline in tasse evitate.

A questo si aggiungono i risparmi logistici: bottiglie più leggere permettono di trasportare più unità per ogni carico, riducendo le spese di carburante e la manutenzione dei veicoli.

Sfatare il mito del "pesante = qualità" Uno degli ostacoli storici è stata la percezione che una bottiglia pesante fosse sinonimo di alta qualità. La ricerca della SWR ha però dimostrato il contrario: per la maggior parte dei consumatori, il peso del contenitore non è un fattore determinante nell'acquisto. Anche i produttori di vini premium stanno abbracciando la sfida: ne è un esempio la Famille Perrin, che è passata da bottiglie da 600g a versioni da 380g, dimostrando che l'eleganza può viaggiare con leggerezza.

Il futuro appare ancora più ambizioso. Mentre il traguardo dei 420g si avvicina, la SWR sta già studiando la fattibilità di scendere ulteriormente verso i 300-350g. Inoltre, a marzo 2026 verrà lanciato ufficialmente il Sparkling Bottle Weight Accord, estendendo questa rivoluzione anche al mondo delle bolicine, dove la sicurezza strutturale per i vini sotto pressione sarà la priorità. La strada è tracciata: il settore vinicolo ha capito che per preservare il proprio territorio deve innanzitutto alleggerire il carico che impone al pianeta.

<https://www.winemeridian.com/ambiente-e-sostenibilita/risultati-sostenibilita-vino-peso-bottiglie-febbraio-2026/>



#### DAI CONSORZI DI TUTELA

### CONSORZIO VINI ALTO ADIGE: LA COMUNICAZIONE COME LEVA STRATEGICA DI TERRITORIO

Il Consorzio Vini Alto Adige associa 263 produttori tra aziende private, cooperative e viticoltori indipendenti, rappresentando uno dei territori vitivinicoli più identitari d'Europa. Un mosaico di altitudini che va dai 200 ai 1.000 metri, con una produzione fortemente oggi orientata ai bianchi (65%) e una reputazione costruita su qualità, precisione e coerenza stilistica.

Abbiamo incontrato nello scorso Wine Paris Eduard Bernhart, direttore del Consorzio Vini Alto Adige, che ci ha illustrato i progetti che stanno definendo le attuali strategie di branding territoriale del Consorzio.

Direttore, al brand dell'Alto Adige si lega una reputazione molto alta; quali sono i vostri impegni attuali nella promozione del vino altoatesino?

In questo momento storico stiamo focalizzando molto l'attenzione sui mercati locali e nazionali, che restano il nostro riferimento più importante. Il nostro target principale è rappresentato dalla ristorazione di alto livello, con eventi pensati specificamente per questo target e con una serie di strumenti di comunicazione che supportano un posizionamento elevato.

Tra i vari progetti significativi mi fa piacere ricordare la nostra pubblicazione "Vino in Alto Adige. Storia e presente di un territorio vinicolo unico", di oltre 520 pagine, scritto da oltre 40 autori del territorio. Non abbiamo voluto dare questo compito a persone esterne, tutti gli autori sono altoatesini e hanno lavorato per passione, ricevendo in cambio una copia del libro e una bottiglia di vino. È stato un progetto durato anni, un'opera divulgata da una casa editrice altoatesina e distribuita nelle migliori librerie e online. Si tratta di un prodotto imponente, che legge la storia e descrive il presente di un territorio geograficamente piccolo ma ricco in termini di diversificazione: vuole avere l'autorevolezza di un testo scientifico ma credo che abbia le carte in regola per appassionare come un bellissimo lungo racconto. Cope tematiche come geologia, clima, ricer-

ca applicata, arte, architettura.

Abbiamo pensato a un'opera cartacea perché c'è la bellezza della manualità nella lettura del libro. Si può leggere anche per capitoli, o per spunti con titoli, sottotitoli, grafiche intuitive. C'è un modo di consultazione che soltanto il libro cartaceo garantisce.

Lo scorso anno è stato prodotto anche un film, intitolato "Vino in Alto Adige - Storia di una rinascita", che racconta il nostro territorio con lo sguardo e la voce di dodici pionieri che tra gli Anni '70 e '80 hanno trasformato un territorio storicamente dominato dalla Schiava, credendo nella qualità, investendo nei vigneti, nell'architettura e nella manodopera locale. Parliamo di un territorio unico in cui, grazie a un attento lavoro di zonazione, sono oggi individuabili ben 86 UGA, che, con il denominatore comune di un'elevata qualità e di una quantità ridotta di raccolto, realizzano la collocazione ottimale delle varietà selezionate e lo sviluppo di vini dotati della migliore identità.

Quale focus mette il Consorzio sulla promozione del territorio dal punto di vista turistico, nel sistema territoriale dell'Alto Adige, ricco di cantine, di aziende turistiche, di realtà di ristorazione di livello e di comunità locali?

Il potenziale turistico dell'Alto Adige è enorme e va ben al di là della montagna. L'Alto Adige è molto più di hiking, biking e sci. Il nostro territorio è davvero molto contraddistinto da vino e cibo, con la presenza di grandi chef che uniscono prodotti locali, cucina italiana e internazionale. Se troviamo le chiavi giuste, l'enoturismo può aiutare anche realtà periferiche, mantenendo vivo il tessuto delle aziende che fanno ristorazione; oltre che, naturalmente, svolgere un'azione di difesa del paesaggio.

Vedo come primo compito della filiera del vino quello di fare squadra con ristoratori e albergatori. Vedo soprattutto un grande potenziale nella destagionalizzazione: possiamo attrarre flussi enoturistici a novembre o in primavera, non solo in agosto. Il ruolo dell'enoturismo è più grande della semplice accoglienza in cantina: abbiamo la possibilità di avvicinare dei nuovi potenziali consumatori al vino, attraverso un'esperienza di conoscenza personale dei produttori, e al contempo far vivere le aziende, valoriz-

zare i vigneti come forme di cultura, godere delle diverse altitudini che il territorio ci regala, con le sue escursioni termiche.

La nostra posizione logistica ci aiuta moltissimo. L'autostrada che arriva da Verona attraversa la Strada del Vino: il Lago di Caldaro, per esempio, che è una delle zone iconiche del nostro territorio, è poco distante dalle grandi arterie stradali.

L'enoturismo, così come la promozione in altre forme, svolge un ruolo di valorizzazione della identità: il racconto della storia e della diversità preserva la ricchezza e mette un argine alla perdita di tradizione, da quella enologica a quella gastronomica, da quella culturale a quella linguistica.

Quali sono gli altri strumenti di promozione attraverso i quali il vino dell'Alto Adige si racconta?

Non posso non menzionare l'Alto Adige Wine Summit, che è il più importante evento promozionale del nostro territorio. La manifestazione è biennale, ha già tenuto la sua quinta edizione e tornerà a Bolzano dal 30 agosto 2027. Coinvolge circa 100 aziende del territorio e presenta oltre 400 vini, con masterclass, convegni, format divulgativi e visite nei vigneti. È un evento dedicato al trade, agli esperti del settore e alla stampa. Vogliamo mostrare la ricchezza della regione a un pubblico qualificato nazionale e internazionale. Alziamo il sipario del grande palcoscenico enologico altoatesino e mettiamo un riflettore sulle zone di coltivazione, le varietà prodotte, le storie dei viticoltori.

<https://www.winemeridian.com/approfondimenti/consorzio-vini-alto-adige-comunicazione-strategia-branding-territoriale/>

## LA SFIDA ROSA DELL'ASTI DOCG: IL PRESIDENTE RICAGNO RACCONTA LA GENESI DEL NUOVO ROSÉ

Il panorama vitivinicolo piemontese sta vivendo una metamorfosi che sa di storia e innovazione. Al centro di questo cambiamento c'è l'Asti Rosé, una nuova declinazione della DOCG che non nasce per rincorrere una moda passeggera, ma per dare voce a un'unione territoriale profonda: quel-

la tra il Moscato Bianco e il Brachetto. In questa intervista, Stefano Ricagno, Presidente del Consorzio dell'Asti DOCG, ci conduce dietro le quinte di un progetto durato cinque anni, svelando le strategie commerciali, le sfide legislative e la visione di un futuro in cui la "bollicina aromatica" per eccellenza impara a parlare nuovi linguaggi, conquistando palati internazionali e superando il confine del fine pasto. Partiamo dalla genesi di questa scelta. L'Asti Rosé non è solo una riga in più in un disciplinare, ma sembra una dichiarazione d'intenti. Qual è stata la "scintilla" emotiva e strategica che ha convinto il Consorzio a virare verso un rosé spumante?

La scintilla è nata da una consapevolezza semplice: rappresentiamo una denominazione storica, l'Asti Spumante, tradizionalmente 100% Moscato, ma radicata in un territorio che ospita un'altra eccellenza aromatica DOCG, il Brachetto. I mercati oggi sono sempre più esigenti; riconoscono nel nostro marchio un valore consolidato, ma chiedono un'evoluzione del prodotto. Dopo aver introdotto sei anni fa le versioni che spaziano dal Pas Dosé al Dolce (includendo Brut, Extra Dry, Dry e Demi Sec), l'Asti Rosé rappresenta la naturale prosecuzione di questo percorso. L'obiettivo è confermare la rilevanza della denominazione sui mercati internazionali, dimostrando la nostra capacità di evolvere la gamma e la tecnica produttiva senza perdere l'identità.

Dopo un percorso pluriennale, questo 2026 è l'anno del debutto ufficiale del nuovo Asti Rosé. Questo lasso di tempo è dettato solo da iter burocratici o rappresenta un periodo necessario affinché i produttori consorziati possano interpretare al meglio questo nuovo stile in vigna e in cantina?

Lavoriamo a questo progetto da quasi cinque anni. La gestione della legislazione italiana è complessa, specialmente quando si interviene su una DOCG. A differenza di altri percorsi, come quello del Prosecco (che in merito alla versione Rosé ha lavorato sulla DOC), per noi è stato fondamentale fornire al Ministero evidenze tecnico-qualitative rigorose e dimostrare la storicità della versione. Molte aziende storiche producevano già spumanti

rosé "generici"; abbiamo dovuto raccogliere e documentare questa tradizione per dare solidità al progetto. Questo tempo è servito a costruire un percorso chiaro, trasparente e condiviso con le istituzioni, garantendo che ogni passaggio fosse giustificato da risultanze qualitative ineccepibili.

Spesso l'innovazione spaventa i puristi. Come avete gestito il dialogo interno con la base produttiva per far capire che il rosé non è un tradimento della tradizione, ma una sua evoluzione naturale?

Il tempo impiegato per l'iter burocratico è stato prezioso anche per la formazione tecnico-produttiva. Il Consorzio ha investito in test rigorosi, coinvolgendo tecnici e aziende per realizzare prove qualitative su diverse versioni. Abbiamo invitato l'intera filiera a degustare questi campioni e a confrontarsi sui risultati. Questo percorso di condivisione ha permesso di dissipare i dubbi e di neutralizzare eventuali dissensi. Certo, la sfida del mercato rimane: saranno le aziende a dover dimostrare la validità della scelta attraverso i risultati commerciali. Tuttavia, la base di partenza è una buona volontà collettiva e una strategia tecnica approvata da tutti.

Alcuni osservatori vedono nel rosé una risposta al cambiamento climatico, che sta modificando le epoche di maturazione delle uve. C'è anche una componente di adattamento agronomico in questa scelta oppure no?

Sinceramente, no. La scelta del Rosé è puramente commerciale e di posizionamento. Sul fronte agronomico stiamo agendo diversamente: abbiamo avviato progetti di ricerca sui vitigni PIWI e sulle TEA (Tecnologie di Evoluzione Assistita) in collaborazione con la Scuola Enologica di Alba, la Regione Piemonte e i Vignaioli Piemontesi. È un tavolo di lavoro che coinvolge tutti i grandi consorzi del territorio (Barolo, Barbaresco, Barbera d'Asti, ecc.), perché condividiamo la stessa identità geografica. L'Asti Rosé, invece, risponde alla necessità di uscire sul mercato con un marchio di denominazione forte, preferendolo ai vini generici che non appartengono alla cultura della nostra viticoltura di collina.

Il mercato degli spumanti rosé ha dinamiche molto particolari, spesso legate a un pubblico femminile, giovane e internazionale. L'Asti Rosé nasce per essere un "ambasciatore" verso le nuove generazioni o punta anche a conquistare quei consumatori adulti che cercano qualcosa di più contemporaneo?

I nostri studi indicano un target ben preciso: una fascia femminile tra i 30 e i 45-50 anni, principalmente nei mercati europei e americani. Non ci rivolgiamo necessariamente a chi si avvicina al vino per la prima volta, ma a un consumatore consapevole che cerca un prodotto capace di "smitizzare" l'occasione di consumo. Vogliamo offrire una proposta contemporanea che mantenga un'identità chiara, ma sappiamo che non andremo sotto una certa fascia d'età come tipologia di consumo e di clientela.

Se dovesse descrivere ad un consumatore interessato il profilo sensoriale dell'Asti Rosé, quali sono le note che evidenzierebbe per connotarlo e differenziarlo nettamente dai tanti spumanti rosé già presenti sul mercato? Il tratto distintivo è l'assemblaggio di due varietà aromatiche. Utilizziamo il Brachetto in una percentuale massima del 30%, che può essere vinificato per ottenere diverse intensità di colore e struttura. La forza dell'Asti Rosé risiede nell'equilibrio: i nostri produttori sono maestri nel gestire l'intensità del Brachetto senza coprire la finezza del Moscato. Al Vinitaly presenteremo le prime prove, ma il Consorzio continuerà a guidare la regia tecnica per garantire che il profilo sensoriale sia coerente con l'eccellenza della DOCG. Al di là delle caratteristiche gustative e aromatiche, qual è la proposta di valore "unica" che l'Asti DOCG mette sul tavolo per competere in un segmento così affollato, mantenendo però il suo posizionamento premium? Il valore aggiunto è il lavoro di cuvée e assemblaggio che sta alla base del prodotto. Le aziende stanno definendo un posizionamento di prezzo che, pur restando coerente con il mondo Asti, rifletta il maggior valore della produzione. In una fase di mercato complessa, il Rosé si propone come un'estensione della gamma con un posizionamento leggermente superiore, giustificato

dalla complessità tecnica e dall'unicità del blend aromatico territoriale. La scelta delle varietà Brachetto (vitigno a bacca nera autoctono tra i più antichi e caratteristici dell'Alto Monferrato) da abbinare al Moscato è cruciale. Come si è mosso Consorzio per garantire che queste uve portassero colore e struttura senza coprire la finezza del Moscato?

Il Brachetto ha un'identità fortissima che, sebbene abbia faticato a superare i confini nazionali in passato, oggi sta vivendo una riscoperta in mercati come il Nord Europa e l'America meridionale, grazie al suo profilo a basso grado alcolico. L'integrazione nell'Asti Rosé è una scelta win-win: dà forza alla denominazione Asti e offre una nuova ribalta al Brachetto, che insiste sulla stessa area geografica. È stata questa coerenza territoriale a rendere solido il percorso legislativo per l'approvazione della nuova versione.

Geograficamente, quali sono i mercati export che secondo le vostre proiezioni mostrano un interesse maggiore per l'Asti Rosé? State guardando più verso l'Europa, l'Asia o verso il consolidato mercato nordamericano?

I focus principali sono i nostri mercati storici: l'Europa (incluso il Regno Unito), il Nord America e, per quanto possibile nelle attuali contingenze, la Russia. Partiremo da dove il brand Asti è già consolidato e dove importatori e distributori hanno già espresso forte interesse per questa novità. L'Italia e l'Europa restano i primi palcoscenici per il debutto.

Parliamo di abbinamenti. L'Asti DOCG sta uscendo dal recinto del "vino da dessert". Secondo lei il rosé potrebbe essere un grimaldello per sdoganare il Moscato a tutto pasto, magari esplorando cucine etniche o sapori più sapidi? È una speranza concreta. L'assemblaggio con il Brachetto, specialmente nelle versioni meno dolci, offre risultati straordinari in termini di versatilità. Molte aziende stanno lavorando proprio per smarcarsi dal consumo prettamente legato al dessert, puntando su palati che preferiscono una bollicina più secca. Il segreto resta la nostra aromaticità distintiva, che può diventare un complemento perfetto per piatti sapidi o cucine internazionali.

<https://www.winemeridian.com/ap-profondimenti/esperienze-aziendali/la-sfida-rosa-dellasti-docg-il-presidente-ricagno-racconta-la-genesì-del-nuovo-rose/>

**CONSORZIO BOLGHERI  
SCRIVE AL MINISTRO:  
"PREOCCUPATI PER L'IMPATTO  
DEL PROGETTO EOLICO  
SULLE VIGNE"**

Il Consorzio di tutela dei vini Bolgheri e Bolgheri Sassicaia ha scritto al ministro dell'Ambiente Gilberto Pichetto Fratin per chiedere attenzione sul progetto del grande parco eolico offshore nel Mar Ligure, pensato per produrre energia in mare aperto. Non è una presa di posizione contro le rinnovabili – il Consorzio lo chiarisce subito – ma una richiesta di chiarimento: capire cosa succede quando quell'energia arriva a terra e si intreccia con il paesaggio.

L'eolico offshore è un meccanismo semplice. Le pale, installate a largo, sfruttano venti più forti e costanti per produrre energia. Nei progetti più recenti, come questo, non sono fissate al fondale ma poggiano su strutture galleggianti, adatte a profondità elevate. L'energia viene raccolta e portata a riva attraverso cavi sottomarini, poi prosegue nell'entroterra grazie a elettrodotti e infrastrutture di connessione. È un passaggio tecnico, quasi invisibile, ma fondamentale soprattutto nei possibili impatti sul territorio. Territorio che in questo caso incrocia i confini di Bolgheri.

Nella lettera inviata al ministero, il Consorzio entra nel merito senza alzare i toni, ma con una precisione che lascia poco spazio a equivoci. La difesa del Viale dei Cipressi, definito "asse paesaggistico di straordinario valore storico e culturale, universalmente riconosciuto quale elemento identitario del territorio", la cui "integrità visiva e ambientale appare essenziale non solo sotto il profilo culturale, ma anche quale componente determinante dell'equilibrio economico e turistico dell'area" è più che accorata. È dentro questa idea di equilibrio che si inserisce la preoccupazione più concreta, quella legata alla continuità dei terreni agricoli. Il territorio della DOC Bolgheri viene descritto come spazio "agricolo di eccellenza [...] caratterizzato

da una viticoltura di altissima qualità strettamente legata alle specificità pedologiche, microclimatiche e paesaggistiche", dove anche interventi che possono sembrare circoscritti rischiano di avere effetti più ampi, incidendo "in modo significativo sulla continuità dei terreni agricoli, sull'assetto fondiario e sull'equilibrio complessivo del paesaggio agrario". Non è una presa di posizione contro il progetto in sé, ma una richiesta ragionata: orientare le scelte "verso opzioni in grado di minimizzare l'impatto delle opere di connessione e di evitare interferenze con le componenti più sensibili del territorio".

Una posizione che si ritrova, con accenti diversi, anche nelle recenti osservazioni dell'associazione Nazionale per la tutela del patrimonio storico, artistico e naturale della Nazione Italia Nostra. Qui lo sguardo si allarga ancora: non solo Bolgheri al centro della petizione e della preoccupazione, ma anche l'impatto che le pale stesse potrebbero avere su un tratto di mare delicato, quello che comprende il Santuario dei cetacei, l'isola di Gorgona e Capraia. Più che la singola opera, a preoccupare ancor di più è quindi la somma degli interventi su un territorio che ha già sostenuto un carico infrastrutturale significativo e richiama la necessità di una valutazione complessiva, capace di tenere insieme tutti gli impatti, non solo quelli immediatamente visibili.

I precedenti

Negli ultimi anni anche altri territori vitivinicoli si sono trovati a confrontarsi con progetti eolici analoghi, spesso con esiti simili. In Toscana, nel Morellino di Scansano, un parco eolico con undici pale alte fino a duecento metri, previsto tra Scansano e Magliano, è stato oggetto di una opposizione formale da parte del Consorzio di tutela e degli enti locali, che hanno chiesto una revisione del progetto evidenziandone l'impatto sul paesaggio e sulla continuità dei terreni agricoli. A oggi, il progetto non è stato realizzato. Nell'area del Montecucco, invece, un impianto da sette aerogeneratori previsto nel territorio di Arcidosso è ancora fermo nella fase autorizzativa. Anche in questo caso il Consorzio è intervenuto con una richiesta esplicita di tutela del paesaggio e dell'equilibrio

agricolo dell'area, segnalando i possibili effetti sull'assetto territoriale e sull'economia locale.

Il progetto, per ora, resta sulla carta. Ma è già abbastanza per aprire una domanda che va oltre Bolgheri. Perché la questione non è se questi progetti si faranno, ma come. Con quali criteri, con quale capacità di adattarsi ai luoghi, con quale idea di compatibilità. In altre parole: cosa significa davvero rendere sostenibile un'infrastruttura energetica quando attraversa territori che sostenibili lo sono già, da tempo, in un altro modo.

[https://www.repubblica.it/il-gusto/2026/03/30/news/consorzio\\_bolgheri\\_lettera\\_ministro\\_parco\\_eolico\\_of-fshore\\_vigne\\_toscana-425254022/amp/](https://www.repubblica.it/il-gusto/2026/03/30/news/consorzio_bolgheri_lettera_ministro_parco_eolico_of-fshore_vigne_toscana-425254022/amp/)

### **CLIMA, DIFESA DEL VIGNETO, SOSTENIBILITÀ E MICROVINIFICAZIONE:**

**COSÌ IL FRANCIACORTA GUARDA AL FUTURO**

La Franciacorta è uno dei territori più significativi e innovativi della spumantistica tricolore, primo vino italiano prodotto esclusivamente con il metodo della rifermentazione in bottiglia ad aver ottenuto, nel 1995, la Docg, e con un Consorzio, fondato nel 1990 e oggi presieduto da Emanuele Rabotti, che riunisce oltre 120 cantine e rappresenta uno dei patrimoni più grandi dell'enologia non solo della Lombardia ma anche nazionale. Innovazione che è uno dei tratti salienti del "Rapporto di Attività Ricerca E Sviluppo" 2026, edizione n. 4 di un documento che rappresenta uno degli strumenti più significativi per comprendere l'evoluzione tecnica e scientifica del territorio della Franciacorta, offrendo una lettura approfondita dell'annata 2025 e delle principali attività di ricerca che stanno guidando il futuro della viticoltura franciacortina. La pubblicazione, alla quale hanno contribuito i membri del Comitato Tecnico consortile, coordinati dal Gruppo di lavoro e dall'ufficio Ricerca e Sviluppo (R ED) è stata presentata, ieri, a Cazzago San Martino, alla Cantina Monte Rossa, tra le griffe più rappresentative e qualitative della Franciacorta.

Clima, difesa del vigneto, sostenibilità e microvinificazione: sono questi i

principali dossier aperti della denominazione del Franciacorta, analizzati nel "Rapporto di Attività Ricerca E Sviluppo" 2026, che consolida un approccio fondato sull'integrazione tra dati, monitoraggio continuo e sperimentazione scientifica. Nel corso degli anni, infatti, la Franciacorta si è progressivamente affermata come un vero laboratorio di innovazione vitivinicola, capace di interpretare con rigore scientifico le dinamiche agronomiche ed enologiche del territorio e di trasformarle in strumenti operativi a disposizione dei produttori. Un Rapporto che restituisce anche una fotografia aggiornata della denominazione. "La ricerca - ha affermato Cesare Bosio, vicepresidente Consorzio Franciacorta con delega alla Ricerca E Sviluppo - rappresenta oggi uno degli strumenti più concreti attraverso cui la Franciacorta costruisce il proprio futuro. Il lavoro che portiamo avanti, dal monitoraggio climatico alle sperimentazioni agronomiche ed enologiche, nasce dall'esigenza di offrire ai produttori strumenti sempre più avanzati per interpretare il cambiamento climatico, migliorare la gestione del vigneto e rafforzare la qualità dei nostri vini. Questo Rapporto testimonia un percorso collettivo che unisce rigore scientifico, condivisione dei dati e visione di lungo periodo per la sostenibilità della denominazione".

Tra i temi centrali, l'analisi agrometeorologica dell'annata 2025, affidata a Gabriele Cola dell'Università di Milano. Il quadro delineato è quello di un'annata nel complesso in linea con la media storica, ma segnata da una forte variabilità stagionale. Il dato più rilevante riguarda l'anno idrologico 2024-2025, risultato il più piovoso dal 1997, con precipitazioni superiori del 35% rispetto alla media. In questo contesto, la maturazione delle uve ha mantenuto un equilibrio favorevole tra accumulo zuccherino e acidità, confermando il peso crescente del monitoraggio climatico e delle curve di maturazione nella lettura dell'annata. Nel corso dell'intervento è emerso anche un punto che guarda già alla prossima vendemmia. Cola ha sottolineato come il segnale più sensibile non riguardi tanto il periodo aprile-giugno, rimasto sostanzialmente stabile negli ultimi 29 anni, quanto l'andamento di

gennaio-marzo, che con un aumento di circa un grado e mezzo anticipa il risveglio vegetativo e accresce il rischio di gelate. La stessa annata 2026, è stato spiegato, mostrerebbe già un anticipo di circa una settimana rispetto alla media. Il monitoraggio del territorio si conferma uno degli strumenti operativi più strutturati della denominazione. Nel 2025 sono stati effettuati oltre 285 rilievi fenologici e monitorati più di 50 vigneti, mentre il bollettino fitosanitario ha registrato 39 emissioni nel corso dell'anno, consolidandosi come supporto tecnico alle decisioni dei viticoltori. È su questa base che il Consorzio legge oggi le cinetiche di maturazione, i dati meteorologici e le principali criticità del vigneto.

Uno dei capitoli più rilevanti è stato quello dedicato alla peronospora. Negli interventi di Giuliana Maddalena e Silvia Laura Toffolatti, entrambe dell'Università di Milano, il tema è stato affrontato sia sul piano della modellistica sia su quello della difesa integrata. Da un lato, lo studio della dinamica di germinazione delle oospore e l'impiego della piattaforma Epi, che elabora i dati meteorologici e il rischio di infezione alimentando il bollettino distribuito dal Consorzio; dall'altro, il tema delle resistenze, con l'attenzione posta sulla corretta alternanza dei meccanismi di azione dei fungicidi per evitare la selezione incontrollata di individui resistenti. Più in generale, al convegno è stata evidenziata una linea di lavoro che supera la logica reattiva per spostarsi verso un approccio più sistemico e preventivo alla difesa fitosanitaria. Il Rapporto richiama, infatti, studi dedicati non soltanto alla peronospora, ma anche agli insetti fitomizi e alle dinamiche epidemiologiche dei giallumi della vite, con l'obiettivo di migliorare l'efficacia degli interventi e ridurne l'impatto ambientale.

Parallelamente, ha spiegato Luca Faciano dell'Università di Brescia, per il Franciacorta, la sostenibilità ambientale continua a rappresentare uno degli assi strategici della ricerca. I progetti sviluppati negli ultimi anni indagano la qualità biologica dei suoli e la biodiversità del vigneto attraverso protocolli avanzati di zonazione, mentre specifiche sperimentazioni valutano l'impiego di biochar e biostimolanti naturali per migliorare la fertilità e la

vitalità dei terreni. In questo contesto proseguono anche iniziative volte alla riduzione dell'impatto ambientale della viticoltura, tra cui i progetti dedicati ai vigneti plastic free e lo sviluppo di strumenti digitali per la gestione agronomica e fitosanitaria. La sostenibilità evolve così da obiettivo progettuale a elemento strutturale della competitività della denominazione, delineando un modello di viticoltura sempre più orientato a principi rigenerativi.

Sul versante enologico, il convegno ha confermato il ruolo crescente del laboratorio di microvinificazione come strumento di verifica e sperimentazione. Nel 2025 sono state condotte attività di microtiraggio e vendemmie sperimentali, accompagnate dallo sviluppo di protocolli sensoriali standardizzati per il monitoraggio qualitativo delle microvinificazioni. In questo ambito rientrano anche gli studi sulle potenzialità dell'Erbamat e i casi studio del progetto GrapePress4.0 applicati a Chardonnay e Pinot Bianco. È stato evidenziato, inoltre, il lavoro sulla standardizzazione del panel sensoriale, pensato per ridurre la soggettività del giudizio, e quello sui marker del processo di pressatura, con l'obiettivo di definire linee guida utili alla spumantizzazione.

Il cambiamento climatico rappresenta un ulteriore ambito di ricerca centrale per la denominazione. Attraverso vigneti sperimentali e sistemi avanzati di gestione dell'irrigazione, i tecnici stanno sviluppando modelli agronomici in grado di garantire stabilità produttiva e qualità delle uve anche in condizioni climatiche sempre più variabili, lavorando in particolare sull'ottimizzazione delle risorse idriche e sull'adattamento del vigneto alle nuove condizioni ambientali.

Il Rapporto offre, infine, anche una fotografia aggiornata della struttura del vigneto Franciacorta. Nel 2025 la superficie vitata complessiva ha raggiunto 3.546,3 ettari, con 2.744,6 ettari di Chardonnay e 678,6 ettari di Pinot Nero. Proprio il Pinot Nero, nell'ultimo decennio, ha rafforzato il proprio peso sul vigneto totale, passando dal 14,8% del 2014 al 19,1% del 2025, con un incremento di circa 273 ettari.

Nel suo insieme, quindi, il "Rapporto di Attività Ricerca E Sviluppo" n. 4, restituisce dunque, conclude la nota,

l'immagine di una denominazione che affida alla conoscenza scientifica uno dei propri pilastri strategici. Attraverso una rete articolata di studi agronomici, sperimentazioni enologiche e monitoraggi climatici, la Franciacorta rafforza la propria capacità di affrontare le trasformazioni ambientali e produttive contemporanee, mantenendo al centro la qualità del vino e la sostenibilità del territorio.

[https://winenews.it/it/clima-difesa-del-vigneto-sostenibilita-e-microvinificazione-cosi-il-franciacorta-guarda-al-futuro\\_586345/](https://winenews.it/it/clima-difesa-del-vigneto-sostenibilita-e-microvinificazione-cosi-il-franciacorta-guarda-al-futuro_586345/)

### **BARBERA D'ASTI, FILIPPO MOBRIICI RITORNA ALLA GUIDA DEL CONSORZIO: NUOVA GOVERNANCE E RILANCIO DEL MONFERRATO**

Il Consorzio Barbera d'Asti e Vini del Monferrato riparte da una guida esperta, affidando nuovamente la presidenza a Filippo Mobrìci. Una nomina che rappresenta continuità e visione strategica in una fase cruciale per il comparto vitivinicolo, sempre più orientato verso mercati internazionali, sostenibilità e valorizzazione identitaria. Accanto al Presidente, la nuova governance vede la presenza di due Vice Presidenti: Lorenzo Giordano, espressione della Cantina Vinchio e Vaglio Serra, e Giorgio Gozzelino di Cascina Castlet. Il Consiglio di Amministrazione sarà composto da 22 membri, tra cui sette new entry, a testimonianza di un equilibrio tra esperienza consolidata e nuove energie.

Consorzio Barbera d'Asti

Il Consorzio rappresenta oggi una realtà solida e strutturata: riunisce oltre 430 aziende vinicole associate e tutela 12 denominazioni, confermandosi uno degli organismi più rilevanti nella promozione e difesa del patrimonio vitivinicolo piemontese.

Figura di riferimento nel settore piemontese e nazionale, Mobrìci è agronomo ed amministratore da molti anni dell'azienda Bersano, dove segue la gestione dei vigneti. Il suo percorso professionale è strettamente legato alla crescita qualitativa della Barbera d'Asti. Già presidente del Consorzio per tre mandati, ha contribuito in maniera decisiva alla sua espan-

sione, triplicando il numero dei soci aderenti al Consorzio e rafforzandone il posizionamento a livello nazionale e internazionale. Ha inoltre guidato Piemonte Land of Perfection, ed è attualmente presidente del GAL Terre Astigiane, vicepresidente di Federdoc e dell'Ente Turismo Langhe Monferrato Roero, oltre a essere Cavaliere del Tartufo d'Alba.

Il ritorno alla guida del Consorzio avviene in un contesto che richiede competenze trasversali e visione a lungo termine. Le sfide riguardano non solo i mercati, ma anche la capacità di comunicare il valore del territorio e delle denominazioni.

"La Barbera d'Asti e i vini del Monferrato rappresentano un patrimonio straordinario che va tutelato e promosso con determinazione e visione condivisa", ha dichiarato Filippo Mobrì. "Il nostro impegno sarà quello di rafforzare e comunicare ulteriormente la qualità delle produzioni, sostenere le aziende e valorizzare il legame unico tra vino e territorio".

Con una struttura ampia e rappresentativa e una leadership esperta, il Consorzio si prepara così a consolidare il proprio ruolo nel panorama vitivinicolo, puntando su innovazione, identità e competitività globale.

<https://montenapodaily.com/2026/03/27/barbera-dasti-filippo-mobrì-ritorna-alla-guida-del-consorzio-nuova-governance-e-rilancio-del-monferrato/>

## **ROERO, IL MISTERO DELLA RIVE GAUCHE DEL TANARO**

Tra suoli sabbiosi di origine marina e un paesaggio articolato, il Roero si afferma come una delle aree più dinamiche del Piemonte. Uno stile diretto e vibrante, in cui bevibilità e capacità evolutiva convivono, tra arneis e nebbiolo.

Attraversare il fiume Tanaro, in questo tratto di Piemonte, non è solo un passaggio geografico. È un cambio di linguaggio. Sulla riva destra, le Langhe hanno costruito nel tempo un racconto compatto e riconoscibile, fatto di struttura, profondità e nomi consolidati. Sulla riva sinistra, il Roero si muove con un passo diverso: meno solenne, più irregolare e dinamico, a tratti sor-

prendente. È una sorta di rive gauches enologica, non solo per posizione. Anche il paesaggio, inciso dalle Rocche -profondi canyon originati dell'azione erosiva del Tanaro - rompe la continuità. Le colline sono più morbide, meno serrate, interrotte da boschi, frutteti, orti. Le vigne non dominano, ma convivono. Non si tratta di una distesa uniforme, bensì di una presenza alternata all'interno di un sistema agricolo ancora articolato. Un dettaglio solo apparentemente marginale, ma con effetti concreti nel bicchiere.

### **UN TERRITORIO GIOVANE**

La differenza più profonda è sotto la superficie. Il Roero è un territorio geologicamente più giovane: milioni di anni fa queste colline erano un fondale marino e, con il ritiro delle acque, hanno lasciato un'eredità fatta di sabbie, arenarie e sedimenti stratificati ricchi di minerali. Ancora oggi, tra i filari, è facile trovare frammenti di conchiglie fossili. La componente sabbiosa, diffusa ma non uniforme, si alterna a marne e argille, creando una trama complessa e variabile anche all'interno della stessa collina. È una materia friabile, drenante, povera di sostanza organica ma ricca di sali minerali. La vite non trova condizioni facili: deve scavare, adattarsi e contenere la propria vigoria. Ne deriva un equilibrio diverso rispetto ai territori limitrofi. La maturazione è generalmente più controllata, senza eccessi. Le concentrazioni non sono spinte, mentre il dettaglio aromatico tende ad ampliarsi. Una leggerezza che non coincide con sottrazione, ma con una diversa distribuzione del peso.

### **IL MISTERO DELLE SABBIE E LA TENUTA NEL TEMPO**

È su questo punto che il Roero sfugge a schemi semplici. In teoria, i suoli sabbiosi dovrebbero generare vini meno longevi, con strutture più delicate e tannini meno resistenti al tempo. Qui accade spesso il contrario: i vini mantengono freschezza anche dopo anni, a volte decenni. La loro tenuta non si basa sulla potenza, ma su un equilibrio interno fatto di tensione, salinità e continuità gustativa. È una durata meno evidente, meno dichiarata, ma spesso più stabile. L'arneis è il caso più rappresentativo. Vitigno storicamente associato a vini da consumo rapido, con acidità contenuta, nel Roero

sviluppa una capacità evolutiva inattesa. Non tanto per struttura, quanto per equilibrio: resta fine, si distende e si approfondisce senza perdere identità con una combinazione di salinità, tensione e precisione aromatica che sostiene il vino nel tempo. Il nebbiolo, invece, si alleggerisce senza impoverirsi. Sulle sabbie perde parte dell'imponenza, ma guadagna precisione. Il tannino è più sottile, meno aggressivo, ma presente. La beva diventa più scorrevole. Questo è, in sostanza, il "mistero" di cui parlano spesso i produttori: vini che sembrano meno strutturati di altri, ma che nel tempo tengono, e spesso sorprendono.

### **UN'IDENTITÀ CONSOLIDATA RECENTEMENTE**

Il Roero ha definito la propria identità più tardi rispetto alle Langhe. Per lungo tempo la produzione è rimasta legata al mercato locale, con vini spesso venduti sfusi e una domanda trainata soprattutto da Torino. Solo negli ultimi decenni è maturata una maggiore consapevolezza, che ha portato alla valorizzazione dell'arneis e a una rilettura del nebbiolo. Oggi la denominazione conta oltre 1.300 ettari vitati, più di otto milioni di bottiglie annue, con una netta prevalenza dell'arneis rispetto al nebbiolo, entrambi quasi sempre vinificati in purezza, e oltre 250 produttori, in gran parte di piccole dimensioni contenute. Si tratta di un tessuto prevalentemente familiare, dove il lavoro in vigna resta centrale. Ne deriva una varietà stilistica evidente, ma anche una coerenza di fondo legata al territorio. Le cinque tipologie previste dal disciplinare - Roero, Roero Riserva, Roero Arneis, Roero Arneis Riserva e Roero Arneis Spumante - riflettono le diverse direzioni della denominazione: da un lato vini immediati, giocati sulla freschezza; dall'altro interpretazioni più ambiziose, che puntano su tempo e complessità. Negli ultimi anni, in particolare, l'arneis sta vivendo una fase di ridefinizione. Sempre più produttori ritardano l'uscita sul mercato, sperimentando affinamenti lunghi più lunghi e approcci diversificati. Parallelamente, il nebbiolo si libera da modelli rigidi e si esprime con maggiore libertà, spesso privilegiando finezza e bevibilità.

### **UN PAESAGGIO CHE ENTRA NEL BICCHIERE**

A rendere riconoscibile il Roero non è solo la geologia, ma anche il contesto agricolo e climatico. L'area è relativamente povera di piogge, con forti escursioni termiche e suoli poco capaci di trattenere acqua. La vite a è così portata a un equilibrio naturale, senza eccessi vegetativi. La presenza diffusa di boschi e colture diverse – pesche, fragole, nocciole, asparagi, carciofi – contribuisce a un ambiente eterogeneo, in cui anche le variazioni microclimatiche incidono sul risultato. Una biodiversità che si riflette nel vino, con profili meno uniformi e più sfaccettati. Non esiste uno stile unico, ma una gamma di interpretazioni che ruotano attorno a un nucleo comune: eleganza, tensione e una leggerezza solo apparente.

**CINQUE VINI, CINQUE LETTURE**

Il Roero Arneis Docg Extra Brut Millesimato 2019 di Lorenzo Negro apre il percorso mostrando una delle direzioni più recenti della denominazione. Metodo classico con cinque anni sui lieviti, punta a un profilo non limitato all'aperitivo. Note di agrume maturo, frutta a polpa bianca, cenni erbacei e crosta di pane, con una marcata componente salina che definisce il ritmo del sorso. La freschezza resta integra e sostiene una beva continua e piacevole. Il Pasenic Roero Arneis Docg 2024 di Rosavica Benotti offre una lettura più immediata. Attacco netto, frutto croccante tra pera e mela con accenti erbacei, una vena sapida che accompagna il sorso e un finale leggermente amarognolo che allunga la persistenza. Un'interpretazione diretta, senza sovrastrutture che punta sulla precisione e sulla facilità di beva, senza rinunciare a una chiara impronta territoriale. Con il Renesio Incisa Roero Riserva Docg 2021 di Monchiero Carbone si entra in una dimensione diversa. L'arneis si fa più stratificato, quasi materico, con frutta gialla matura, accenni di albicocca disidratata, tessitura ricca e cremosa. Le note speziate e leggermente evolute aggiungono complessità. L'affinamento tra acciaio, legno e anfora costruisce un equilibrio multiforme, dove l'ampiezza del sorso è sempre sostenuta da una traccia sapida che evita qualsiasi deriva pesante. È una dimostrazione concreta delle potenzialità evolutive della varietà.

Sul versante rosso, il Roero Docg 2023 di Valfaccenda interpreta il nebbiolo in chiave agile. Il profilo è giocato su piccoli frutti rossi freschi – ciliegia, lampone, fragolina di bosco – richiami floreali e leggermente speziati. In bocca è dinamico, con tannini sottili e ben integrati, una freschezza che sostiene la progressione e una sensazione di movimento continuo. È un nebbiolo che privilegia la tensione alla struttura, la bevibilità alla densità. Il percorso si chiude con un salto nel tempo con il Trinità Roero DOC Superiore 2001 di Malvirà, tipologia che dopo il riconoscimento della DOCG nel 2005 si è trasformata in riserva. Dopo oltre vent'anni, il vino mantiene energia e coerenza. Il colore, ancora rubino a cui aggiunge screziature aranciate, introduce profumi di spezie, frutti scuri e rosa appassita. Al palato conserva struttura e profondità, con un tannino presente ma perfettamente integrato. La freschezza è ancora intatta, la progressione continua, senza cedimenti. Un quarto di secolo dopo, questo nebbiolo nato su sabbia smen-tisce ogni previsione e conferma che il Roero, più che spiegarsi, va osservato nel tempo.

<https://vinonews24.it/2026/03/27/roero-il-mistero-della-rive-gauche-del-tanaro/>

**VINITALY 2026,  
IL CONSORZIO  
VALPOLICELLA CRESCE  
CON UNA COLLETTIVA  
PIÙ AMPIA E UN NUOVO  
STAND SU DUE LIVELLI**

Dal 12 al 15 aprile al padiglione 8 di Veronafiere saranno 30 le aziende espositrici della collettiva consortile, affiancate da 35 cantine al banco degustazione. Focus su appassimento, pairing con Parmigiano Reggiano Dop e candidatura Unesco della messa a riposo delle uve

Il Consorzio tutela vini Valpolicella si presenta a Vinitaly 2026 con una presenza rafforzata, sia sul piano numerico sia su quello progettuale. Dal 12 al 15 aprile, al padiglione 8 di Veronafiere (stand H2-H3-H4), saranno infatti 30 le aziende espositrici presenti nella collettiva consortile, cinque in più rispetto alla scorsa edizione.

A questo nucleo si aggiungono altre 35 cantine, rappresentate con altrettante etichette al banco degustazione dell'ente, dove i vini saranno proposti in abbinamento al Parmigiano Reggiano Dop.

Un nuovo stand per rafforzare il posizionamento della Valpolicella

L'edizione 2026 segna anche il debutto del nuovo stand istituzionale su due livelli, pensato dal Consorzio non come semplice spazio espositivo, ma come strumento di posizionamento della denominazione.

A sottolinearlo è il presidente Christian Marchesini, secondo cui la crescita delle adesioni ha reso necessario ridefinire obiettivi e visione della presenza a Vinitaly. Il nuovo stand nasce così come uno spazio corale e identitario, progettato per valorizzare contenuti, relazioni ed esperienze nel corso della manifestazione.

Una scelta che il Consorzio collega anche a un momento particolarmente significativo per il territorio, segnato dalla candidatura del rito della messa a riposo delle uve della Valpolicella a patrimonio immateriale Unesco.

Collettiva in crescita: 30 aziende espositrici e 35 cantine al banco degustazione

Il dato delle adesioni rappresenta un segnale importante per il Consorzio. Le 30 aziende espositrici presenti nello spazio consortile indicano una partecipazione in crescita, mentre le 35 cantine coinvolte nel banco degustazione allargano ulteriormente la rappresentazione della denominazione.

Si tratta di un doppio binario che consente di unire:

- presenza diretta delle imprese
- racconto collettivo del territorio
- valorizzazione delle diverse espressioni della Valpolicella

Il banco degustazione, inoltre, sarà caratterizzato dal pairing con Parmigiano Reggiano Dop, elemento che rafforza il dialogo tra due eccellenze italiane all'interno di un progetto promozionale condiviso.

Quality Heritage of Europe, l'alleanza tra Valpolicella e Parmigiano Reggiano. Il nuovo stand e parte del programma rientrano nell'ambito della misura "Quality Heritage of Europe - QHE", che

vede il Consorzio Valpolicella alleato con il Consorzio Parmigiano Reggiano. La collaborazione punta a valorizzare il patrimonio agroalimentare europeo attraverso una narrazione fondata su origine, qualità e identità territoriale. In questo contesto si inseriscono anche i momenti di degustazione previsti durante la fiera, dove i vini della Valpolicella saranno accompagnati da diverse stagionature del formaggio Dop. Le degustazioni del 13 aprile tra Valpolicella Superiore, Recioto e Amarone. Tra gli appuntamenti centrali del programma ci sono due degustazioni in calendario lunedì 13 aprile, entrambe ospitate allo stand del Consorzio. La prima, in programma alle ore 13.00, è dedicata a "Valpolicella Doc Superiore: raffinatezza immediata". Il tasting proporrà etichette dal 2023 al 2020 firmate da cinque aziende, in abbinamento a tre stagionature di Parmigiano Reggiano:

- 24 mesi
- 36 mesi
- 48 mesi

Il secondo appuntamento, alle ore 15.00, sarà invece dedicato a "Recioto e Amarone della Valpolicella: la successione fra padre e figlio", con vini in pairing con Parmigiano Reggiano 60 e 90 mesi.

Due focus che mettono in relazione stili diversi della denominazione e profondità diverse di stagionatura, costruendo un confronto sensoriale e culturale tra vino e formaggio.

Dopo Vinitaly, una masterclass sull'appassimento con Sarah Heller MW

Il programma del Consorzio non si esaurirà con la chiusura del salone. Sabato 18 aprile, infatti, l'attenzione si sposterà sul tema dell'appassimento e sulla candidatura della messa a riposo delle uve a patrimonio immateriale Unesco.

Alle 16.00, nell'area wine2digital di Veronafiore, è in programma la masterclass "The Appassimento Legacy: between heritage and modern excellence", guidata da Sarah Heller, Master of Wine, e organizzata in collaborazione con la Vinitaly International Academy. In degustazione ci saranno sei vini tra Amarone e Recioto, sempre in abbinamento al Parmigiano Reggiano, per approfondire una delle pratiche più identitarie della Valpolicella e il suo si-

gnificato nella storia e nell'evoluzione contemporanea della denominazione. Appassimento e candidatura Unesco al centro del racconto consortile. Il riferimento alla candidatura Unesco del rito della messa a riposo delle uve attraversa tutta l'impostazione della presenza del Consorzio a Vinitaly 2026. Non si tratta solo di un richiamo simbolico, ma di un elemento che contribuisce a rafforzare il racconto della Valpolicella come territorio in cui la cultura produttiva è parte integrante dell'identità locale.

L'appassimento, in questo senso, non è solo una tecnica enologica, ma una pratica che incarna memoria, ritualità e sapere condiviso. La scelta del Consorzio di portare questo tema al centro della fiera conferma la volontà di valorizzarlo non solo come elemento produttivo, ma come patrimonio culturale. Vinitaly 2026 come piattaforma di racconto per la Valpolicella

La presenza del Consorzio Valpolicella al 58° Salone internazionale dei vini e dei distillati si costruisce quindi come una piattaforma di racconto complessa, in cui trovano spazio:

- promozione istituzionale
- visibilità per le aziende
- contenuti culturali
- pairing gastronomici
- valorizzazione del territorio

L'aumento delle adesioni, il nuovo stand su due livelli e il focus su appassimento e Unesco indicano una strategia che punta a rafforzare la reputazione della denominazione in chiave contemporanea, senza perdere il legame con le sue pratiche storiche.

Una Valpolicella

sempre più corale e identitaria. Il quadro che emerge da Vinitaly 2026 è quello di una Valpolicella che sceglie di presentarsi come sistema, ampliando la propria collettiva e investendo in uno spazio più articolato e riconoscibile.

L'obiettivo non è soltanto aumentare la presenza, ma rendere più chiaro il messaggio: fare della fiera un'occasione per raccontare la denominazione attraverso le sue aziende, i suoi vini, le sue pratiche e la sua visione futura.

<https://www.igrandivini.com/news/vinitaly-2026-il-consorzio-valpolicella-cresce/>

## **IL PINOT GRIGIO DOC DELLE VENEZIE È L'OFFICIAL WINE DEL GIRO D'ITALIA 2026**

Il Pinot Grigio Doc Delle Venezia entra nella leggenda dello sport italiano diventando Official Wine del Giro d'Italia 2026, siglando una partnership che trasforma il più iconico bianco del Triveneto in ambasciatore del lifestyle italiano nel mondo. L'annuncio, diffuso oggi 26 marzo, prepara il debutto ufficiale della collaborazione con una presentazione dedicata a Vinitaly il 13 aprile alle ore 12.30 presso lo spazio Masaf, dove verrà svelato al pubblico il progetto che accompagnerà le tappe della corsa più amata del Paese.

Pinot Grigio Doc Delle Venezia Official Wine del Giro d'Italia 2026: una collaborazione strategica che racconta identità e territorio

La scelta di associare il Pinot Grigio Doc Delle Venezia al Giro d'Italia nasce da una visione condivisa: unire sport, territorio, cultura ed eccellenza italiana in un'unica narrazione capace di parlare al mondo. La partnership rappresenta un passo ambizioso per la Denominazione, che consolida così la propria reputazione internazionale passando da successo di categoria a simbolo dell'Italia enologica contemporanea.

Il vino - primo bianco fermo italiano per esportazioni e tra i più apprezzati al mondo - accompagnerà l'intero universo dei grandi eventi firmati RCS: Giro d'Italia (8-31 maggio), Giro d'Italia Women (30 maggio-7 giugno), Giro-E (9-31 maggio) e Giro Next Gen (14-21 giugno).

In calendario c'è anche un passaggio storico: la 109esima edizione del Giro partirà dalla Bulgaria per poi approdare in Italia, attraversando paesaggi e comunità con una audience globale stimata oltre i 650 milioni di spettatori e una copertura televisiva in 200 Paesi.

Il valore di un vino ambasciatore dello stile italiano

"Pinot Grigio Doc Delle Venezia - The Official Wine del Giro d'Italia 2026" diventa a tutti gli effetti ambasciatore di un'italianità autentica, con l'obiettivo di interpretare - attraverso il vino - i valori della convivialità, della cultura enogastronomica e dello stile di vita italiano.

“Con la sponsorizzazione del Giro d'Italia, grande evento ciclistico simbolo del nostro Paese, porteremo ufficialmente il Pinot Grigio Doc Delle Venezie all'interno di una narrazione che unisce sport, territorio, comunità e stile di vita, consolidando il nostro ruolo di ambasciatori di un'italianità autentica e contemporanea”, afferma Luca Rigotti, Presidente del Consorzio. “È un passo importante per affermare con chiarezza il valore della denominazione, la sua leadership sui mercati internazionali, difendendo qualità, origine e reputazione in uno scenario globale complesso ed in continua evoluzione. Riteniamo che questa iniziativa sia una scelta di valorizzazione e di visione, un'occasione per creare e rafforzare sinergie e dialogo a più livelli con consumatori, media, istituzioni e stakeholder del territorio che durante le tappe branderanno con la Doc Delle Venezie, rafforzando il valore simbolico della collaborazione”.

Entusiasmo condiviso anche da Matteo Mursia, Chief Revenue Officer RCS Sport & Events: “Siamo orgogliosi di accogliere il Pinot Grigio Doc Delle Venezie come Official Wine dei nostri tre Grandi Giri - uomini, donne e giovani - una partnership che valorizza al meglio l'incontro tra sport, passione, territorio e cultura. Il Giro d'Italia è una piattaforma di comunicazione unica ed esclusiva, capace di amplificare storie autentiche e creare connessioni profonde con un vasto pubblico. Insieme, daremo vita a un racconto capace di esaltare l'eccellenza e lo stile di vita italiani. Questa collaborazione rafforza ulteriormente il posizionamento internazionale del nostro evento e il suo ruolo di Ambasciatore del Made in Italy nel mondo”.

Un itinerario del gusto che valorizza il Triveneto

La collaborazione mette al centro non solo il vino, ma soprattutto i territori da cui nasce. Il Consorzio costruirà lungo le tappe della corsa un vero e proprio itinerario culturale e paesaggistico dedicato al Triveneto, territorio d'origine del Pinot Grigio Doc Delle Venezie.

Il viaggio toccherà Veneto, Friuli-Venezia Giulia e la Provincia autonoma di Trento, raccontando borghi, paesaggi, ospitalità diffusa, tradizioni gastro-

nomiche e il valore turistico di un'area che dal Lago di Garda alla Laguna di Venezia, dalle montagne trentine ai colli friulani esprime una delle identità viticole più dinamiche del Paese.

Il progetto si inserisce in un momento simbolicamente rilevante per l'Italia: il recente riconoscimento della Cucina Italiana come Patrimonio Immateriale dell'Umanità Unesco, che ha riportato al centro il ruolo del vino come elemento di convivialità, coesione e racconto dei territori.

Il Consorzio Doc Delle Venezie, nato nel 2017, rappresenta oggi uno dei più grandi modelli di integrazione interregionale del vino italiano. Con 27.000 ettari produttivi, 230 milioni di bottiglie, 6.141 viticoltori, 575 aziende di vinificazione e 371 imbottigliatori, la Doc esprime l'85% del Pinot Grigio italiano e il 43% di quello mondiale. Numeri che rendono questa Denominazione un punto di riferimento strategico nei mercati internazionali del vino bianco.

<https://winecouture.it/2026/03/26/il-pinot-grigio-doc-delle-venezie-e-ufficial-wine-del-giro-ditalia-2026/>

### **MORELLINO DI SCANSANO CRESCE NEL 2025: NUMERI, MERCATI E PROSPETTIVE DEL CONSORZIO**

Il Morellino di Scansano conferma il suo momento positivo: il bilancio 2025 approvato dal Consorzio evidenzia una crescita della denominazione, in controtendenza rispetto a un mercato del vino italiano complesso.

L'assemblea dei soci del Consorzio Morellino di Scansano ha approvato il bilancio consuntivo, confermando un andamento positivo della denominazione anche in uno scenario di mercato non semplice per il comparto vitivinicolo regionale e nazionale.

Bilancio 2025 del Morellino di Scansano

Il Morellino di Scansano DOCG infatti chiude il 2025 con un incremento del +4%, un risultato che evidenzia la solidità della denominazione e la capacità di affrontare uno scenario mondiale articolato, mantenendo coerenza strategica e competitività sui mercati.

“L'approvazione del bilancio e il +4%

con cui abbiamo archiviato il 2025 rappresentano un segnale concreto della vitalità del Morellino”, commenta il presidente Bernardo Guicciardini Calamai. “Ancora più rilevante è la riduzione delle giacenze: oggi il sistema è più equilibrato e meno esposto a tensioni, ancora più pronto a cogliere le opportunità del mercato. È la dimostrazione che, anche in fasi complesse del mondo del vino, il Morellino sa agire con responsabilità e visione strategica. In questo percorso si inserisce anche la nuova tipologia di Morellino Superiore, uno strumento importante per accompagnare la crescita qualitativa della denominazione e rafforzarne il posizionamento nei mercati. Questo ci consente di guardare ai prossimi mesi con ancor più fiducia nella capacità della denominazione di continuare a crescere in modo sostenibile”.

Prospettive per il 2026

A gennaio 2026 lo stock complessivo si attesta infatti sui 9,44 milioni di bottiglie equivalenti, rispetto agli oltre 13 milioni registrati dodici mesi prima, con una riduzione di circa il 27% su base annua.

Un risultato che modifica in modo sostanziale lo scenario rispetto all'inizio del 2025: la pressione di magazzino si è ridotta in maniera significativa e le scorte risultano oggi concentrate su annate recenti, con una struttura più ordinata e priva di accumuli.

<https://www.tuscanyommelier.com/2026/03/25/il-consorzio-morellino-di-scansano-approva-il-bilancio-denominazione-in-crescita-nel-2025/>

Le sperimentazioni low alcol del Prosecco Doc, che ora guarda all'espansione in Africa, India ed Est Europa Dal ProWein di Düsseldorf, una delle fiere internazionali più importanti del vino, il Consorzio Prosecco Doc guarda avanti. Tra sperimentazioni tecniche, riflessioni sul mercato e nuove strategie commerciali, il direttore Luca Giavi racconta la fase che attraversa la denominazione più esportata d'Italia. Uno dei temi più discussi è quello della riduzione naturale del grado alcolico, un terreno su cui il Consorzio sta lavorando con diversi protocolli sperimentali.

«Vi faccio assaggiare il risultato di due tesi di sperimentazione che stia-

mo portando avanti per avere un basso alcol naturale. Quindi vino a tutti gli effetti, non dealcolato e neanche parzialmente dealcolato». L'obiettivo non è inseguire il vino dealcolato industriale, ma trovare una soluzione coerente con la filiera del Prosecco. «Attualmente non sarebbe possibile chiamarlo Prosecco Doc perché il disciplinare prevede un minimo di 11 gradi totali. Potremmo ottenere vini a 9 gradi, ma con residui zuccherini altissimi. Quelli che state assaggiando invece sono 10 gradi totali con circa 13 grammi litro».

Sperimentazioni che guardano al futuro

Il risultato è un vino che si colloca tecnicamente tra extra dry e brut, mantenendo struttura e aromaticità nonostante la leggera riduzione dell'alcol. «Abbiamo iniziato con microvinificazioni e piccoli autoclavi insieme all'università - continua Giavi - L'idea era che, riducendo l'alcol, servisse una permanenza più lunga sui lieviti per compensare la struttura. Alla fine abbiamo visto che non cambiava molto, anzi il vino risultava più diluito». Dopo diverse prove, il consorzio ha individuato alcuni protocolli promettenti, testati direttamente in cantina.

«Abbiamo testato più di 15-20 protocolli, con diverse tempistiche e parametri. Alla fine abbiamo trovato il migliore e lo abbiamo replicato in autoclave su scala reale con tre aziende». Il punto centrale è mantenere la naturalità del processo. «Se riusciamo a mantenere intatta la base produttiva non è una cosa innaturale. È semplicemente una risposta tecnica a una richiesta del mercato». Il progetto potrebbe anche portare in futuro a una modifica del disciplinare, creando una tipologia identificabile. «L'idea sarebbe renderlo chiaramente riconoscibile con una tipologia specifica, in modo che il consumatore sappia cosa trova nella bottiglia.

La lezione dei low alcohol

Giavi è però netto nel distinguere questo approccio dai vini dealcolati. «La battaglia sul nome vino dealcolato l'abbiamo persa a livello europeo, ormai è fuori discussione. Ma sulle denominazioni d'origine la scelta di non usare il termine vino dealcolato è corretta». Secondo il direttore del consorzio, i prodotti completamente

dealcolati restano comunque lontani dall'esperienza del vino. «Per un degustatore di vino non sono ancora buoni. Gli unici che dicono il contrario sono quelli che li devono vendere».

Il low alcol naturale, invece, può avere una logica diversa: ampliare i momenti di consumo. «Non deve essere sostitutivo. Se sono al mare alle undici del mattino magari scelgo un Prosecco con due gradi in meno. Poi la sera torno a bere quello normale».

Il futuro, secondo Giavi, passa anche da un cambiamento culturale nel modo di raccontare la denominazione. «Il punto è far capire che non esiste il Prosecco. Esistono i Proseccchi». Un concetto che richiama la logica di altri prodotti ormai segmentati. «Quando ordini un gin tonic scegli il gin e scegli anche la tonica. Allora perché non scegliere anche il prosecco in base al momento della giornata?».

I numeri del mercato internazionale Dal punto di vista economico, la denominazione continua a mostrare una sorprendente stabilità. «Alla fine del 2025 - dichiara - siamo a più 1,1%, da 660 a 667 milioni di bottiglie». I primi mesi dell'anno hanno registrato un rallentamento, ma per ragioni tecniche. «Gli americani avevano acquistato molto a fine anno per fare magazzino. A marzo stiamo già tornando su volumi normali». Parallelamente il consorzio sta lavorando molto sulla diversificazione geografica dei mercati. «Qualche anno fa avevamo l'80% dell'export concentrato nei primi tre mercati. Oggi siamo scesi al 65%. Il lavoro di diversificazione è stato fatto». Tra le aree più interessanti emergono nuove destinazioni, tra cui l'Africa con missioni specifiche.

Il futuro, secondo Giavi, passa anche da un cambiamento culturale nel modo di raccontare la denominazione. «Il punto è far capire che non esiste il Prosecco. Esistono i Proseccchi». Un concetto che richiama la logica di altri prodotti ormai segmentati. «Quando ordini un gin tonic scegli il gin e scegli anche la tonica. Allora perché non scegliere anche il prosecco in base al momento della giornata?».

I numeri del mercato internazionale Dal punto di vista economico, la denominazione continua a mostrare una sorprendente stabilità. «Alla fine del

2025 - dichiara - siamo a più 1,1%, da 660 a 667 milioni di bottiglie». I primi mesi dell'anno hanno registrato un rallentamento, ma per ragioni tecniche. «Gli americani avevano acquistato molto a fine anno per fare magazzino. A marzo stiamo già tornando su volumi normali». Parallelamente il consorzio sta lavorando molto sulla diversificazione geografica dei mercati. «Qualche anno fa avevamo l'80% dell'export concentrato nei primi tre mercati. Oggi siamo scesi al 65%. Il lavoro di diversificazione è stato fatto». Tra le aree più interessanti emergono nuove destinazioni, tra cui l'Africa con missioni specifiche.

Nel frattempo, il Prosecco continua a rafforzare la sua posizione globale, anche in mercati apparentemente inattesi. «In Francia viene bevuto sempre di più. E non perché costa poco: il prezzo è solo il terzo driver di scelta. Prima vengono le caratteristiche del prodotto e il fatto che sia di tendenza». Una dimostrazione, secondo Giavi, di quanto la denominazione abbia ormai superato la logica del semplice vino da aperitivo. «Il Prosecco è diventato un linguaggio internazionale. E proprio per questo dobbiamo imparare a raccontarlo in modo più articolato».

[https://www.gamberorosso.it/notizie/vino/prosecco-low-alcol-sperimentazioni-luca-giavi/#google\\_vignette](https://www.gamberorosso.it/notizie/vino/prosecco-low-alcol-sperimentazioni-luca-giavi/#google_vignette)

## **VINO, IL CONSORZIO ASTI DOCG BRINDA ALLA NUOVA PRODUZIONE DI SPUMANTE ROSÉ**

L'Asti Rosé è ufficialmente realtà. Si è concluso infatti l'iter burocratico, avviato a fine 2023, con la pubblicazione ieri sera in Gazzetta Ufficiale che inserisce la tipologia rosata nel disciplinare di produzione dell'Asti Docg.

Il nuovo prodotto (imbottigliabile a partire da trenta giorni dalla pubblicazione in GU) sarà un blend composto da uve Moscato destinate all'Asti Docg (dal 70% al 90%) e uve Brachetto destinate al Brachetto d'Acqui Docg (dal 10% al 30%).

Potrà essere proposto in tutte le varianti, dal dolce all'extra brut, offrendo così alle aziende la possibilità di modulare il residuo zuccherino in base alle proprie scelte stilistiche e alle esigenze

dei diversi mercati potenzialmente interessati a questa nuova tipologia.

“L’inserimento dell’Asti Rosé nel disciplinare rappresenta un importante riconoscimento della storicità e della vocazione enologica di questo territorio – dichiara Stefano Ricagno, presidente del Consorzio Asti Docg –. Questa nuova tipologia costituisce un unicum nel panorama italiano: è infatti un prodotto che unisce due vitigni diversi, entrambi aromatici. A Vinitaly brinderemo simbolicamente per la prima volta a questo risultato; nei mesi successivi, le aziende che credono nel progetto e hanno investito nella sperimentazione ne svilupperanno la produzione, inizialmente stimata tra i 5 e i 10 milioni di bottiglie, anche in base alla risposta del

Tra le modifiche approvate al disciplinare, anche l’eliminazione del peso minimo delle bottiglie: una scelta sostenibile che permette ora alle cantine di adottare soluzioni più leggere, riducendo l’impatto ambientale. Viene infine abolito l’obbligo di riportare la dicitura “Asti” sui tappi.

<https://www.agricultura.it/2026/03/24/vino-il-consorzio-asti-docg-brinda-alla-nuova-produzione-di-spumante-rose/>

**ASOLO MONTELLO DOPO PROWEIN: “NON ABBANDONIAMO LA GERMANIA”**

Il Consorzio Tutela Asolo Montello rilancia il valore del mercato tedesco dopo la fiera di Düsseldorf e invita il vino italiano a non arretrare su una piazza storica e strategica per l’export. In una fase segnata da incertezze, rallentamenti e riposizionamenti fieristici, il Consorzio Tutela Asolo Montello sceglie una linea chiara: la Germania non va abbandonata. Il messaggio arriva al rientro da ProWein, la manifestazione internazionale di Düsseldorf che continua a rappresentare un osservatorio privilegiato sul mercato del vino in area tedesca e, più in generale, in Europa.

Secondo il Consorzio, il contesto resta complesso, ma proprio per questo è necessario superare le letture pessimistiche e tornare a presidiare con convinzione i mercati storici. Tra questi, la Germania continua a occupare un posto centrale, sia per il vino italia-

no in generale sia per l’Asolo Prosecco Superiore Docg.

Il Consorzio Asolo Montello rilancia il ruolo della Germania

A sintetizzare la posizione del Consorzio è il presidente Michele Noal, che sottolinea la necessità di un approccio più concreto e meno attendista.

Secondo Noal, il vino italiano continua a suscitare interesse in Germania e l’Asolo Prosecco Superiore Docg mantiene un potenziale importante su questo mercato. Per questo il Consorzio conferma l’intenzione di continuare a investire sia su ProWein sia sul presidio commerciale dell’area tedesca, auspicando anzi una maggiore coesione tra i soggetti del sistema Prosecco.

L’obiettivo dichiarato è rafforzare lo spirito di squadra, arrivando, se possibile, a una partecipazione congiunta nelle prossime edizioni con il Consorzio Conegliano Valdobbiadene Prosecco Docg e il Consorzio Prosecco Doc. Germania, un mercato stabile e ancora decisivo per il vino italiano

I numeri richiamati dal Consorzio aiutano a inquadrare il peso reale del mercato tedesco. Secondo un’indagine UIV, nel 2025 l’Europa ha chiuso con una crescita contenuta ma positiva, pari a +0,5%, per un valore di quasi 3,2 miliardi di euro.

All’interno di questo scenario, la Germania si conferma tra i principali mercati di destinazione del vino italiano, con un valore di 1,14 miliardi di euro, in lieve crescita sul 2024 (+0,5%), nonostante una flessione dei volumi, scesi a 474 milioni di litri (-3,2%).

Il dato indica un mercato che non accellerà, ma che resta solido e capace di assorbire valore. In altre parole, un mercato maturo, forse più selettivo, ma ancora fondamentale per l’export italiano.

L’Europa resta l’area più stabile per l’export

Il quadro generale del vino italiano nel 2025 conferma la centralità dell’Europa. L’export complessivo ha raggiunto i 7,78 miliardi di euro, con le principali flessioni concentrate soprattutto nei mercati extraeuropei.

All’interno dell’Unione Europea, oltre alla Germania, si segnalano andamenti positivi anche nei Paesi Bassi (+5,6%) e in Francia (+3,6%), a conferma di un’area che, pur senza strappi, conti-

nua a offrire maggiore stabilità rispetto ad altri sbocchi internazionali.

Per il Consorzio Tutela Asolo Montello, questo scenario rafforza l’idea che il presidio dei mercati europei non debba essere indebolito proprio ora, mentre molte aziende cercano nuovi equilibri commerciali.

In Germania il vino italiano resta leader

A rafforzare questa lettura ci sono anche i dati del Deutsche Wein Institut (DWI), secondo cui nel 2024 il vino italiano deteneva in Germania la quota di mercato più alta, pari al 18%.

Alle spalle dell’Italia si collocavano:

Spagna, con il 14%, in calo di un punto percentuale rispetto all’anno precedente

Francia, con l’11%, in crescita di un punto

Si tratta di un dato significativo, perché dimostra che il vino italiano continua a occupare una posizione di leadership in uno dei mercati più importanti d’Europa, anche in un contesto competitivo e in evoluzione.

ProWein resta centrale per Germania e Svizzera

Nel ragionamento del Consorzio entra anche il ruolo delle fiere. Nonostante l’emergere di nuovi appuntamenti internazionali, a partire da Wine Paris, per il Consorzio Tutela Asolo Montello ProWein resta la manifestazione di riferimento per due mercati chiave come Germania e Svizzera.

Quest’ultima vale oltre 400 milioni di euro di importazioni e continua a rappresentare una destinazione di alto interesse per il vino italiano. In questo quadro, rinunciare a ProWein significherebbe, secondo il Consorzio, indebolire il presidio su due mercati ad alto valore, proprio mentre il contesto richiede continuità e visione.

ProWein cambia pelle, ma non perde il suo peso strategico

Michele Noal osserva anche come ProWein stia vivendo una trasformazione. Nata come fiera fortemente rivolta al mercato di lingua tedesca, negli anni ha assunto un profilo più globale e oggi sembra in parte tornare alle proprie origini.

Una trasformazione che merita attenzione, ma che per il Consorzio non giustifica un disimpegno. Al con-

trario, impone una riflessione più lucida su obiettivi, mercati e modalità di presenza.

Il punto, in sostanza, non è se ProWein sia cambiata, ma se il vino italiano possa permettersi di arretrare su una piazza come quella tedesca. Per Asolo Montello, la risposta è no.

Asolo Montello guarda già alla prossima edizione

Il Consorzio ha già confermato la partecipazione alla prossima edizione di ProWein, con l'intenzione di rafforzare ulteriormente la propria presenza. Il progetto non riguarda soltanto le bollicine: accanto all'Asolo Prosecco Superiore Docg, il Consorzio punta a portare in modo più strutturato anche i vini rossi del territorio, in particolare Montello Docg e Montello Asolo Doc. Una scelta che segnala una visione più ampia di promozione territoriale, capace di valorizzare l'identità complessiva della denominazione e delle sue espressioni produttive.

Un appello che va oltre il singolo Consorzio

Il messaggio lanciato dal Consorzio Tutela Asolo Montello ha un significato che supera il perimetro della denominazione. In un momento in cui il settore discute su quali fiere privilegiare e su come distribuire risorse promozionali, la presa di posizione invita a non perdere di vista i fondamentali: i mercati storici, i buyer consolidati, la continuità della presenza.

La Germania, in questa prospettiva, resta una piazza strategica. E il segnale che arriva da Asolo Montello è chiaro: invece di disinvestire, serve presidiare meglio.

<https://www.igrandivini.com/news/asolo-montello-dopo-prowein-non-abbandoniamo-la-germania/>

**VINI D'ABRUZZO, MISSIONE IN ASIA PER RAFFORZARE LA PRESENZA INTERNAZIONALE**

CHIETI - Dal Giappone al Vietnam fino alla Cina, tra degustazioni, incontri con distributori e buyer e nuove strategie di promozione, i vini d'Abruzzo rafforzano la loro presenza in Asia. Mentre

è in corso la 114<sup>a</sup> edizione della China Food & Drinks Fair (CFDF), la fiera commerciale più antica del settore food & drink che vedrà fino al 25 marzo le migliori produzioni enologiche regionali in mostra a Chengdu, metropoli dell'ovest cinese, nella regione del Sichuan; nelle scorse settimane la missione del Consorzio Tutela Vini d'Abruzzo ha toccato alcune delle principali città giapponesi e vietnamite.

Prima tappa fra Tokyo, Osaka e Kagoshima, dove il Consorzio ha promosso un fitto calendario di appuntamenti tra masterclass, cene a tema e attività di networking con operatori e professionisti del settore. Tra i momenti più significativi la premiazione dei vincitori del concorso "Vini by the Glass". Apprezzata e al centro di una fitta attività di comunicazione, che ha riguardato anche i social, la cooking class a base di prodotti regionali e vini abruzzesi con alcuni Key Opinion Leader (KOL) giapponesi, figure sempre più centrali nella promozione enogastronomica online, capaci di orientare gusti e consumi delle nuove generazioni.

La missione è proseguita in Vietnam, con tappe a Ho Chi Minh, Da Nang e Hanoi, dove con l'obiettivo di rafforzare il posizionamento delle denominazioni abruzzesi sul mercato locale, il programma ha previsto degustazioni guidate e banchi di assaggio rivolti ad importatori, sommelier e operatori del canale della grande distribuzione.

"I mercati asiatici mostrano un interesse crescente verso i vini italiani e verso produzioni identitarie come quelle abruzzesi - ha spiegato il presidente del Consorzio Tutela Vini d'Abruzzo Alessandro Nicodemi -; queste missioni sono fondamentali per rafforzare la presenza dei vini d'Abruzzo sui mercati internazionali e per costruire nuove opportunità di crescita per le nostre aziende. In questi giorni in Cina e nelle scorse settimane in Giappone e in Vietnam accanto al lavoro con importatori e professionisti del settore, il programma di promozione ci ha visti dialogare, attraverso attività dedicate, anche con i KOL, che attraverso i social e le piattaforme digitali contribuiscono a raccontare il vino e a influenzare le scelte dei consumatori, soprattutto tra i più giovani".

[https://www.ekuonews.it/vini-dabruzzo-missione-in-asia-per-rafforzare-la-presenza-internazionale/#google\\_vignette](https://www.ekuonews.it/vini-dabruzzo-missione-in-asia-per-rafforzare-la-presenza-internazionale/#google_vignette)

**CAMBIO ALLA GUIDA DEL CONSORZIO ARCOLE: PASINI SUCCEDE A FAEDO**

Il Consorzio di Tutela Vini Arcole Doc apre una nuova fase sotto il segno della continuità. Roberto Pasini, veronese, classe 1972, è stato nominato presidente all'unanimità dal Consiglio di amministrazione riunito presso la Casa del Vino di Soave. Succede a Stefano Faedo, dopo aver ricoperto per due mandati il ruolo di vicepresidente. Accanto a lui, nel nuovo assetto di governance, Diego Albertini e Germano Aldighieri assumono l'incarico di vicepresidenti. Una scelta condivisa, maturata all'interno di un percorso che valorizza competenze già consolidate e una conoscenza diretta del territorio.

Viticoltore e figura attiva da anni nella denominazione, Pasini porta con sé un profilo costruito sul campo. L'esperienza alla guida della Strada del Vino Arcole Doc gli ha consentito di attraversare il comprensorio in tutte le sue articolazioni, entrando in relazione con aziende, consorziati e operatori locali. Un lavoro di prossimità che oggi si traduce in una visione operativa.

«Sono onorato di questo incarico - ha dichiarato Pasini - e riconoscente per la fiducia ricevuta. La denominazione ha ancora margini importanti: è cresciuta in qualità e consapevolezza, ma può definire meglio il proprio posizionamento, in Italia e all'estero». Il nuovo presidente indica una linea chiara: continuità nelle attività avviate e maggiore incisività sul fronte della promozione, con attenzione a tutta la filiera, dalle piccole realtà alle aziende più strutturate.

Il contesto, osserva Pasini, resta complesso. I consumi oscillano, i costi di produzione aumentano, cambiano le abitudini e le aspettative dei consumatori. In questo scenario, la denominazione è chiamata a trovare una sintesi condivisa tra produzione, stile dei vini, sostenibilità ambientale e comunicazione. «Serviranno scelte comuni - aggiunge - per presentarsi al

mercato con un'identità riconoscibile, capace di dialogare con le nuove generazioni senza perdere il legame con il territorio».

La Doc Arcole si estende su circa 4.500 ettari tra le province di Verona e Vicenza, in un'area pianeggiante dove la viticoltura si confronta con pratiche di gestione sempre più precise. La produzione media annua raggiunge i 40.000 quintali di uva. Tra le tipologie, l'Arcole Nero rappresenta una delle espressioni più identitarie, ottenuto da uve sottoposte a un periodo di appassimento. Accanto a questo, trovano spazio lo Spumante Bianco, anche in versione rosato, e varietà internazionali come Chardonnay e Merlot, che negli anni hanno contribuito a definire il profilo della denominazione.

<https://www.cronachedigusto.it/scenari/cambio-alla-guida-del-consorzio-arcole-pasini-succede-a-faedo/>

### **IL CONSORZIO DI TUTELA VINI DOC SICILIA PUNTA SU GIAPPONE E CINA CON UNA NUOVA STRATEGIA DI PROMOZIONE DEL VINO**

Il Consorzio di Tutela Vini DOC Sicilia sta espandendo la sua presenza in Asia con una nuova strategia focalizzata su Giappone e Cina. L'organizzazione, che sovrintende alla promozione e alla tutela dei vini DOC Sicilia, ha lanciato una serie di attività volte ad aumentare la consapevolezza e la quota di mercato in questi due Paesi. L'approccio prevede la partecipazione a importanti fiere, eventi formativi e l'impegno diretto con gli operatori del settore.

Dal 10 al 13 marzo, il Consorzio ha partecipato a Foodex Tokyo, una delle più grandi fiere asiatiche del settore alimentare e delle bevande. Il gruppo ha ospitato uno stand nel padiglione FoodEx Wine, con i vini di cinque cantine siciliane presenti all'evento e campioni di altre nove aziende. Il banco di assaggio ha messo in evidenza vitigni autoctoni siciliani come il Grillo e il Nero d'Avola, oltre a Frappato, Carricante e Nerello Mascalese. Secondo Camillo Pugliesi, direttore del Consorzio di Tutela Vini DOC Sicilia, il feedback dei professionisti giapponesi è stato particolarmente positivo per i vini bianchi. Due masterclass condotte dall'esperto

giapponese di vini Isao Miyajima hanno fornito ulteriore formazione ai partecipanti e hanno incoraggiato il dialogo tra i produttori siciliani e i rappresentanti commerciali giapponesi.

L'impegno del Consorzio in Giappone proseguirà il 7 luglio con un evento a Tokyo interamente dedicato ai vini Sicilia DOC. Una ventina di aziende vinicole parteciperanno a una degustazione itinerante volta ad aumentare la visibilità della denominazione tra i buyer e i sommelier locali.

In Cina, il Consorzio si sta preparando per Vinitaly Chengdu, che si terrà dal 22 al 25 marzo presso lo Shangri-La Hotel. L'evento, organizzato da Veronafiere, è considerato un'opportunità fondamentale per i produttori di vino italiani che vogliono entrare o espandersi nel mercato cinese. La partecipazione del Consorzio è realizzata in collaborazione con l'ICE di Pechino, l'ufficio dell'Agenzia per il commercio italiano in Cina. Durante l'evento, il Direttore Generale Camillo Pugliesi interverrà al "Italy's Wine & Spirits Industry Forum", dove discuterà delle tendenze di mercato e delle opportunità per il vino italiano in Cina.

Per sostenere le proprie attività in Cina, il Consorzio ha incrementato l'utilizzo di WeChat, la principale piattaforma di social media cinese. Questa mossa mira a raggiungere in modo più efficace i consumatori e i professionisti locali e a rafforzare il riconoscimento del marchio dei vini Sicilia DOC.

Camillo Pugliesi ha sottolineato che queste iniziative fanno parte di un impegno più ampio per la comprensione di mercati complessi come quello cinese e per la costruzione di relazioni con le istituzioni e gli stakeholder locali. Ha dichiarato che le continue azioni di promozione e comunicazione sono essenziali per consolidare la presenza dei vini Sicilia DOC in Asia e creare nuove opportunità di business.

In prospettiva, le strategie per entrare in nuovi mercati saranno discusse nel corso di una conferenza che si terrà durante il Vinitaly il 14 aprile alle 10.30 nel padiglione 2. L'evento vedrà la partecipazione di relatori provenienti da tutta l'industria vinicola internazionale che condivideranno le loro conoscenze sulle tendenze globali e sulle migliori pratiche.

L'approccio integrato del Consorzio riflette la consapevolezza che i mercati asiatici sono sempre più interessati a vini di qualità con una forte identità regionale. Concentrandosi sull'educazione, sull'impegno diretto e sulla diffusione digitale, l'organizzazione mira a posizionare i vini siciliani come scelta di punta tra i consumatori e i professionisti asiatici.

[https://www.vinetur.com/it/2026031997795/consorzio-di-tutela-vini-doc-sicilia-targets-japan-and-china-with-new-wine-promotion-strategy.html#goog\\_fullscreen\\_ad](https://www.vinetur.com/it/2026031997795/consorzio-di-tutela-vini-doc-sicilia-targets-japan-and-china-with-new-wine-promotion-strategy.html#goog_fullscreen_ad)

### **IL RITO DELLA MESSA A RIPOSO DELLE UVE DELLA VALPOLICELLA CANDIDATO A PATRIMONIO IMMATERIALE UNESCO**

Un savoir faire millenario dell'Italia che ha tutti i requisiti per conquistare un riconoscimento internazionale: il rito della messa a riposo delle uve della Valpolicella è ufficialmente candidato Patrimonio Immateriale Unesco. La Commissione Nazionale Italiana per l'Unesco, su proposta del Ministero della Cultura, ha deciso di presentare all'organizzazione la candidatura fondata, come si legge nella motivazione, sulla "sapienza vitivinicola come patrimonio culturale. Il rito della messa a riposo delle uve della Valpolicella - spiega il documento di presentazione - racconta la tradizione dell'appassimento delle uve e il legame profondo tra comunità, paesaggio e cultura produttiva". Per Christian Marchesini, presidente Consorzio dei Vini della Valpolicella, si tratta di "un savoir faire millenario che ha plasmato cultura, paesaggio e identità del territorio, diventando espressione autentica delle nostre comunità". La decisione dell'Unesco è attesa nel 2027.

"La candidatura ufficiale del rito della messa a riposo delle uve è la prima tecnica vitivinicola a varcare la soglia dell'Unesco e rappresenta un passaggio storico per la Valpolicella - continua Marchesini - questo traguardo rafforza l'impegno a tutelare e trasmettere alle nuove generazioni una tradizione che non può essere data per scontata, valorizzandone il signi-

ficato culturale e collettivo e l'unicità di Amarone e Recioto. Ringrazio il Sottosegretario alla Cultura, Gianmarco Mazzi, il Comitato Scientifico e la Comunità per aver sostenuto convintamente e coralmemente un percorso che ha accresciuto la consapevolezza del valore della nostra ritualità".

Avviato oltre 13 anni fa, il percorso di candidatura è stato guidato dal Consorzio di tutela Vini della Valpolicella, capofila di un ampio lavoro condiviso, che ha coinvolto direttamente la Confraternita del Sovrano Nobilissimo Ordine dell'Amarone e del Recioto (Snodar), il mondo accademico e l'intero territorio della Valpolicella, che ha sostenuto con convinzione il progetto. Fulcro del dossier i quattro capisaldi identitari che, secondo il Comitato Scientifico, composto da enologi, giuristi e antropologi, hanno asseverato l'istanza della Valpolicella. In questo territorio, infatti, la secolare tecnica della messa a riposo delle uve della Valpolicella sulle "arele" sistemate poi negli apposti "fruttai" garantisce, cita il dossier, una "funzione educativa, ambientale, di riscatto sociale e di inclusione" e ovviamente "una funzione enologica", perché "senza questa tecnica i vini del territorio non esisterebbero". Tra i punti di forza, individuati anche l'estensione territoriale dell'appassimento praticato da "8.000 persone" tra uomini, donne, giovani e anziani, italiani e stranieri perfettamente integrati nei 19 Comuni della denominazione.

[https://winenews.it/it/il-rito-della-messa-a-riposo-delle-uve-della-valpolicella-candidato-a-patrimonio-immateriale-unesco\\_585489/](https://winenews.it/it/il-rito-della-messa-a-riposo-delle-uve-della-valpolicella-candidato-a-patrimonio-immateriale-unesco_585489/)

**LUGANA DOC, IL BIANCO CHE RACCONTA IL GARDA**

Tra le colline moreniche del Lago di Garda prende forma una delle denominazioni bianche più dinamiche d'Italia: il Lugana DOC cresce sui mercati internazionali grazie alla forza della turbiana, a una filiera sempre più giovane e a uno stile riconoscibile che emerge chiaramente anche negli assaggi di alcune delle interpretazioni più interessanti della denominazione. Come già approfondito qui, il Lugana DOC continua a distinguersi per una

crescita costante e per la capacità di mantenere un posizionamento solido sui mercati internazionali, generando valore lungo tutta la filiera. Un risultato che non nasce per caso, ma dall'equilibrio di diversi fattori: una denominazione compatta, un modello produttivo fondato su una forte identità varietale e un territorio che nel tempo ha costruito una reputazione affidabile, oggi capace affrontare anche le dinamiche più complesse del mercato del vino.

Il Lugana è prima di tutto un vino di luogo. La denominazione, istituita nel 1967, si estende oggi su circa 2.600 ettari tra due regioni e cinque comuni: Desenzano del Garda, Sirmione, Lonato del Garda e Pozzolengo nel bresciano, oltre a Peschiera del Garda nel veronese. La produzione sfiora le 28 milioni di bottiglie. Il paesaggio è quello di un anfiteatro morenico nato dal ritiro dei ghiacciai, dove argille compatte e depositi calcarei si combinano con il microclima del lago più grande d'Italia. Le brezze quotidiane del Garda - il Pelè del mattino e l'Ora del pomeriggio - mitigano il clima padano, creando condizioni ideali per una viticoltura capace di preservare freschezza, equilibrio e maturazioni regolari. LA TURBIANA È IL SUO CENTRO DI GRAVITÀ PERMANENTE

Al centro di tutto c'è la turbiana, varietà autoctona profondamente adattata a questi suoli. È un'uva che esprime un profilo aromatico nitido - agrumi, fiori bianchi e mandorla - sostenuto da una spiccata acidità naturale e da una marcata impronta sapida. Elementi che rendono i vini immediatamente riconoscibili e dotati di una personalità precisa, ma anche capaci di evolvere nel tempo. Non a caso il Lugana è spesso apprezzato anche per un profilo gustativo in cui freschezza e mineralità si accompagnano a una morbidezza di struttura che deriva proprio dalla matrice argillosa dei terreni.

La turbiana consente inoltre alla denominazione di articolarsi in diverse espressioni stilistiche. Il disciplinare riconosce infatti cinque tipologie principali: accanto al Lugana d'annata - cuore produttivo della DOC - trovano spazio lo Spumante, il Superiore, la Riserva e la Vendemmia Tardiva. Un percorso che parte dalla freschez-

za più immediata e arriva a versioni più complesse e longeve, mantenendo però una cifra comune fatta di equilibrio gustativo, sapidità e una sorprendente capacità di adattarsi alla tavola. grappolo di turbiana  
**UNA DENOMINAZIONE DINAMICA E CONTEMPORANEA**

"Noi raccontiamo un prodotto che non mette barriere tra noi e il consumatore - osserva Edoardo Peduto, direttore del Consorzio Tutela Lugana DOC - È un vino che abbraccia e che si presta a molti momenti di consumo. Ha una beva immediata, ma allo stesso tempo può evolvere in maniera straordinaria nel tempo". La forza della denominazione, sottolinea Peduto, sta anche nella vitalità della filiera: "Stiamo vedendo tante nuove generazioni entrare nelle aziende. Figli e giovani produttori che decidono di imbottigliare le proprie uve e costruire un progetto. Questo rende il Lugana un vino davvero contemporaneo".

Un altro tratto distintivo è la sua vocazione gastronomica. Il profilo del Lugana - freschezza, sapidità, struttura mai invasiva - lo rende un compagno naturale della cucina di lago e di mare, ma anche abile nel dialogare con preparazioni più articolate o con letture gastronomiche moderne. Non a caso il Consorzio sta lavorando per ampliare il racconto culturale del vino, creando connessioni con ambiti diversi come design, moda e lifestyle. "L'obiettivo - spiega ancora Peduto - è valorizzare il Lugana come vino versatile, attuale, capace di dialogare con cucine e sensibilità diverse".

Edoardo Peduto, direttore del Consorzio Tutela Lugana DOC.

**IL LUGANA DOC ALL'ASSAGGIO: DALLA SPUMANTIZZAZIONE ALLE VERSIONI PIÙ STRUTTURATE**

Le diverse espressioni della denominazione emergono chiaramente anche attraverso le interpretazioni delle aziende del territorio.

Il Lugana Doc Brut Metodo Classico 2020 "Primessenza" di Montonale dimostra come la turbiana possa offrire una declinazione convincente anche nella versione spumante. La cantina, con sede a Desenzano del Garda, lavora esclusivamente con uve provenienti dai propri vigneti situati su suoli argillosi particolarmente vocati. "Primessenza" nasce da una selezione

di turbiana vinificata secondo il metodo classico e affinata per almeno tre anni sui lieviti, oltre a sei mesi in bottiglia dopo la sboccatura. Il risultato è uno spumante elegante e verticale: al naso emergono note di mollica di pane, mandorla leggermente tostata e agrumi, mentre il palato è teso e dinamico, sostenuto da una sapidità quasi salmastra e una fresca nota balsamica che rende il sorso preciso e persistente. Con il Lugana DOC 2024 di Tenuta Frontelago si entra invece nella dimensione più immediata della denominazione. La cantina, realtà relativamente giovane situata a Sirmione, possiede vigneti affacciati direttamente sul lago. La vinificazione in acciaio e il breve affinamento sui lieviti preservano l'espressione più fresca della turbiana. Il profilo aromatico si muove tra fiori bianchi, mandorla fresca, erbe aromatiche e leggere sfumature di frutta esotica, mentre in bocca il vino si distingue per scorrevolezza e precisione, con una chiusura agrumata e sapida-salmastra che richiama chiaramente l'ambiente lacustre. Il Lugana DOC 2024 di Ottella rappresenta una delle interpretazioni più riconoscibili della denominazione. La famiglia Montresor conduce l'azienda da generazioni nel territorio di San Benedetto di Lugana, con un approccio che unisce tradizione e ricerca enologica. La cantina è inoltre diventata negli anni un vero e proprio spazio dedicato all'arte contemporanea. In degustazione il vino mostra un naso elegante e definito, con profumi di fiori bianchi, agrumi e leggere note minerali. Il sorso è equilibrato, con una freschezza ben integrata e una trama gustativa che alterna morbidezza e tensione.

**LE INTERPRETAZIONI PIÙ COMPLESSE**  
 Più ricco e strutturato è il Lugana DOC 2024 "Demesse Vecchie" di Famiglia Olivini, azienda agricola situata a San Martino della Battaglia. Questo vino, proveniente da un singolo vigneto, nasce da una selezione accurata di uve leggermente surmature. L'affinamento in acciaio per un anno sulle fecce nobili amplia la struttura senza compromettere la freschezza. Al naso emergono note di frutta gialla matura, erbe e leggere sfumature minerali; al palato il vino appare più ampio e avvolgente rispetto alle versioni d'annata più

immediate, mantenendo una progressione sapida ben definita. Il Lugana DOC 2024 "L'LaC" di Tenute di Famiglia - Cavalchina riflette invece lo stile lineare e preciso della storica cantina veronese fondata dalla famiglia Piona, che tra Custoza e Garda ha costruito parte della propria identità produttiva. Il vino si presenta con profumi luminosi di agrumi e fiori bianchi, accompagnati da lievi note vegetali. In bocca prevalgono freschezza e pulizia gustativa, con una chiusura sapida che rende la beva particolarmente piacevole. Con il Lugana DOC Superiore 2023 "Molin" di Cà Maiol si entra nella tipologia che prevede un affinamento più lungo. L'azienda, oggi parte del gruppo Herita Marzotto Wine Estates, ha contribuito negli anni alla valorizzazione internazionale del Lugana. Il profilo olfattivo si arricchisce di note di agrume maturo, erbe aromatiche e leggere sfumature speziate, mentre il sorso acquisisce maggiore volume e profondità pur mantenendo la tipica tensione acida della turbiana. La complessità cresce ulteriormente con il Lugana DOC Riserva 2022 "Luna del Lago" di Zenegaglia, piccola realtà a conduzione familiare. L'affinamento prolungato consente al vino di sviluppare un registro aromatico più ampio, con toni che richiamano la pietra focaia, la frutta gialla matura e leggere note balsamiche. In bocca la struttura è ampia e avvolgente, sostenuta da una sapidità persistente. Chiude il percorso la versione più insolita della denominazione: il Lugana DOC Vendemmia Tardiva 2021 "Filo di Arianna" di Tenuta Rovaglia, azienda situata nel cuore della DOC tra Pozzolengo e Sirmione. La vendemmia tardiva prevede la raccolta delle uve in una fase avanzata di maturazione, con una maggiore concentrazione aromatica. Il vino esprime profumi intensi di frutta matura, miele e delicate sfumature floreali; al palato la morbidezza è bilanciata dalla freschezza naturale della turbiana, che evita qualsiasi eccesso di dolcezza. Il risultato è un vino armonico e persistente che mostra, forse meglio di ogni altra tipologia, quanto questo vitigno possa cambiare forma rimanendo sempre riconoscibile.

<https://vinonews24.it/2026/03/18/lugana-doc-il-bianco-che-racconta-il-garda/>

## **PIOGGIA DI SOLDI PUBBLICI UE SU PROMOZIONE CONGIUNTA VALPOLICELLA E PARMIGIANO REGGIANO**

Ci sono agricolture e agricolture, territori e territori. Ci sono produzioni ad alto valore aggiunto e con volumi importanti, che hanno la forza economica e la massa critica per provare a camminare da sole, ed altre con produzioni più basiche e meno quotate e pregiate, dal punto di vista economico, e che hanno bisogno di maggiori risorse per stare in piedi. Ma spesso, il meccanismo dei fondi europei, che prevede il cofinanziamento delle azioni di promozione, nel vino e nell'agroalimentare in generale, pone le basi perché sia chi ha già costruito, negli anni, una forza commerciale e un giro d'affari importante, ad essere più titolato ad accedere a certe risorse, anche ingenti, in virtù della propria forza di sostenere la parte privata gli investimenti. Come accade, per esempio, con la "joint venture" tra "i vini della Valpolicella, tra i più importanti distretti del vino italiano, ed il Parmigiano Reggiano, "re" dei formaggi del Belpaese, due eccellenze del made in Italy che, da tempo, si raccontano insieme sui mercati del mondo. Anche grazie, come detto, ad iniziative di ampia portata, che muovono risorse private e pubbliche davvero ingenti. Come quelle del progetto "D'Opera - Quality Heritage of Europe", che ha come capofila il Consorzio dei Vini della Valpolicella, iniziato nel 2025, e che terminerà nel 2027, con 25 eventi in 3 Paesi Ue (Italia, Francia e Germania), e che conta su un budget cofinanziato dall'Unione Europea per un valore di quasi 5,3 milioni di euro. Mentre è aperto il bando per altri 2 progetti, uno in Asia e uno in Nord Europa, che mettono insieme risorse per oltre 4,3 milioni di euro. Intanto, per le due denominazioni, i cui prodotti rappresentano insieme 4 miliardi di euro all'anno di valore al consumo (di cui oltre 3,2 quelli imputabili al Parmigiano Reggiano, secondo i dati del Consorzio relativi al 2024, ndr), il cammino prosegue mettendo sotto la lente il valore del tempo, elemento che sia per i vini della Valpolicella che, per il Parmigiano Reggiano, racconta come que-

sti prodotti, "con l'evoluzione e la maturazione, non solo mantengono intatte le proprie caratteristiche, ma acquistano complessità, profondità e valore". E così, nella seconda annualità di "D'Opera - Quality Heritage of Europe", dopo i tasting in fiera e fuori a Düsseldorf, in Germania, a Pro-Wein, chiuso ieri, si guarda a Parigi e Milano (ma anche Roma, più avanti), in partnership con Signorvino, la celebre catena di enoteche con cucina del Gruppo Oniverse della famiglia Veronesi, in eventi rivolti ad operatori del settore, stampa specializzata e appassionati. Con masterclass e degustazioni mirate ad addetti ai lavori e al pubblico. Il primo appuntamento sarà il 24 marzo, nello store Signorvino a Parigi, in Place St. Michel, porta d'accesso al Quartiere Latino a pochi passi dalla Cattedrale di Notre Dame, mentre l'8 aprile, tra degustazioni e abbinamenti, il focus sarà a Milano, da Signorvino in zona Garibaldi (con un format che poi sarà replicato anche a Roma, il 9 giugno, da Signorvino, nel cuore della Città Eterna).

"Il Parmigiano Reggiano trova nel tempo uno dei suoi fattori distintivi, attraverso il processo di stagionatura che ne definisce aromi e struttura - dichiara Nicola Bertinelli, presidente Consorzio Parmigiano Reggiano - e l'abbinamento con i vini della Valpolicella permette di raccontare in modo concreto il valore delle denominazioni Dop e il legame unico con i territori di origine a una platea sempre più ampia". "La seconda annualità del progetto "D'Opera" rappresenta un passaggio importante per consolidare il dialogo su due prodotti simbolo delle denominazioni italiane - afferma Christian Marchesini, presidente Consorzio dei Vini della Valpolicella - gli incontri del 2026 mettono al centro il valore del tempo, un elemento che accomuna i nostri vini e il Parmigiano Reggiano".

Ma, come detto, già si guarda anche oltre, a nuove aree del mondo, tra Asia e Nord Europa, visto che - come riporta una nota dei giorni scorsi - i due consorzi sottolineano che è disponibile, "pubblicato nel Supplemento della Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea, l'avviso di gara a procedura aperta per l'affidamento della realizzazione di una campagna di informazione e promozione sulle certificazioni europee

di qualità del programma denominato Iconeac - Inspired by Craft, Opening New horizons, Embracing Europe's Culture che verrà presentato sul Bando 2026 "Call for proposals for simple programmes - Promotion of agricultural products". Il Programma triennale (2027-2029) è relativo ad attività di informazione e promozione rivolte ai mercati target Cina e Hong Kong, Giappone e Vietnam". Con un valore di appalto, spiegano ancora i promotori, di 2,3 miliardi di euro per 36 mesi. Con il termine per presentare le proposte fissato per 2 aprile 2026. Stessa data entro la quale andranno presentate le offerte per le stesse attività, ma questa volta nel progetto "Norse - Noble Origins, Regional roots, Sustainability, European Excellence" che sarà presentato sul Bando 2026 "Call for proposals for simple programmes - Promotion of agricultural products", e destinate a Danimarca, Svezia e Finlandia, con un valore di appalto di 2,1 milioni di euro, per 36 mesi.

Perché anche chi è grande, come lo sono, in Italia e nel mondo, il Parmigiano Reggiano nel food, e la Valpolicella nel vino, deve provare ad allargare i propri mercati, e crescere ancora in un valore che deve generare ricchezza e benessere nei territori. Partendo, appunto, da azioni di comunicazione sinergiche a sostegno della promozione, delle vendite, dell'immagine e del marketing, sui mercati del mondo.

<https://winenews.it/it/pioggia-di-soldi-pubblici-ue-su-promozione-congiunta-valpolicella-e-parmigiano-reggiano-585340/>

**FRANCIACORTA, IL MODELLO CHE GOVERNA VALORE E CRESCITA IN MERCATI COMPLESSI**

ENTI E CONSORZI - Il cambiamento è una costante nel mondo del vino: mutano i suoi consumatori, il linguaggio e il modo in cui viene percepito. Alcuni territori affrontano queste trasformazioni con un vantaggio importante: aver costruito nel tempo un modello capace di leggere il mercato e governarne gli equilibri.

In Franciacorta questa condizione non è il risultato di una fase recente, ma

di un'impostazione che affonda le sue radici nella costruzione stessa della denominazione. Qui il Consorzio ha svolto un ruolo decisivo fin dalle origini, tenendo insieme le sue funzioni fondamentali - tutela, promozione e valorizzazione - ed evolvendo progressivamente verso una dimensione ampia, orientata a un governo sempre più solido del sistema nel suo insieme. Sede Consorzio Franciacorta

Una costruzione sostenuta dall'introduzione di strumenti di monitoraggio, da scelte condivise e da una visione comune tra i produttori.

Il presidente del Consorzio Franciacorta Emanuele Rabotti, che abbiamo incontrato a Parigi in occasione di Wine Paris, sintetizza così lo spirito del territorio:

«Io sono, se noi siamo».

Il motto dei franciacortini racconta in modo essenziale la logica su cui si è sviluppato il modello: la crescita individuale non è disgiunta da quella collettiva.

Emanuele Rabotti

«La competizione tra produttori esiste ed è sana. Ma il bravo produttore è quello che condivide le innovazioni e lavora per obiettivi comuni».

È all'interno di questa struttura che la denominazione riesce oggi a muoversi in un mercato più selettivo, in cui la crescita non è più automatica e il valore deve essere continuamente difeso.

«Noi vendiamo, non svendiamo bottiglie».

Una dichiarazione che non nasce come risposta a una fase contingente, ma come espressione di un modello costruito per mantenere equilibrio tra produzione, mercato e posizionamento. Alla base di questo equilibrio c'è un lavoro continuo di lettura dei dati e gestione delle dinamiche interne alla denominazione.

«Abbiamo un Osservatorio economico che ci dice mensilmente quali sono i consumi di uscita, le giacenze e le prospettive di produzione nei prossimi due anni. Questo ci permette di governare la crescita in maniera intelligente».

E stando alle ultime rilevazioni la stabilità sembra essere obiettivo raggiunto anche in una fase turbolenta. Il 2025 si è chiuso infatti con oltre 18,9 milioni di bottiglie vendute, in lieve flessione rispetto all'anno precedente (-1%), ma con il prezzo medio rimasto pressoché

invariato a 24,45 euro a bottiglia. L'export continua a crescere, raggiungendo il 12,8% dei volumi complessivi e segnando nel 2025 un incremento del +5,3%, sostenuto in particolare da mercati come Svizzera, Giappone e Belgio. Numeri che raccontano una denominazione capace di difendere il proprio posizionamento senza inseguire una crescita dei volumi a tutti i costi, ma anche di leggere, nelle fasi più complesse, margini di sviluppo.

«Momenti di crisi servono per crescere, sono una grandissima opportunità».

Il tema, però, non riguarda soltanto la tenuta dei risultati. Secondo Rabotti, il cambiamento più significativo riguarda il rapporto tra vino e consumatori, in particolare con i giovani.

«È cambiato il modo di vedere il mondo del vino, non nei contenuti di qualità ma nella proposta. Le nuove generazioni non sono più influenzate dai nostri paradigmi».

Questa evoluzione si riflette anche negli stili di consumo, sempre più orientati verso vini capaci di unire precisione e facilità di beva.

«Oggi il mercato chiede eleganza, finezza, piacevolezza e bevibilità. Sono caratteristiche che appartengono naturalmente al Franciacorta e che gli hanno permesso di distinguersi da molte altre aree».

In questo scenario, la Franciacorta sembra muoversi su un doppio livello: da un lato la solidità del mercato interno, che continua a rappresentare il cuore dei volumi; dall'altro una presenza internazionale sempre più consapevole, sostenuta da un livello di riconoscibilità già acquisito.

«Chi ci incontra nelle fiere internazionali non chiede più cos'è Franciacorta, ma dice: "che bello, ci siete anche voi"». Un passaggio che segna uno scarto importante: non più un prodotto da spiegare, ma un'identità già riconosciuta, capace di entrare con maggiore immediatezza.

<https://horecanews.it/franciacorta-il-modello-che-governa-valore-e-crescita-in-mercati-complessi>

### **SOAVE: NEL 2025 IMBOTTIGLIATO +3%, CALANO GIACENZE. LA DENOMINAZIONE TIENE IN CONTROTENDENZA**

Il Consorzio chiude l'anno con dati in crescita sul 2024 e in direzione opposta alla media del comparto nazionale. La promozione collettiva si conferma leva strategica per le cantine, soprattutto le più piccole.

Mentre il vino italiano ha attraversato negli ultimi dodici mesi una fase di generale flessione, il Soave ha chiuso il 2025 con il segno più. A fine dicembre l'imbottigliato ha registrato un +3% rispetto al 2024, dato che assume un peso specifico maggiore proprio in ragione del contesto difficile in cui matura.

Positivo anche il fronte delle giacenze: a fine 2025 la Doc Soave ha segnato un -8% rispetto all'anno precedente, che già aveva fatto registrare un -7,9% sul 2023. Un calo progressivo che indica una denominazione che vende, non che accumula.

"I mercati mostrano oggi maggiore interesse per vini bianchi, freschi e dal moderato contenuto alcolico – sottolinea Cristian Ridolfi, presidente del Consorzio del Soave – Partecipare ad attività collettive permette alle cantine di consolidare le relazioni commerciali esistenti e di individuare nuovi prospect, con un investimento proporzionato ai mezzi di ogni azienda". Un modello che si rivela particolarmente efficace per le realtà più piccole o mediamente strutturate, messe in condizione di competere su mercati internazionali con costi accessibili.

Sul fronte commerciale, la Germania resta la piazza strategica principale per volumi e posizionamento, seguita dal Regno Unito e dai mercati del nord Europa. Il calendario promozionale 2026 prevede la partecipazione a Prowein a Düsseldorf (15-18 marzo) e a Vinitaly a Verona (12-15 aprile), entrambe con spazi collettivi istituzionali. A maggio, fuori dall'Europa, il Consorzio concentrerà le proprie azioni in Canada – Vancouver e Montreal – con masterclass e attività rivolte a operatori e stampa specializzata

<https://vinonews24.it/2026/03/17/soave-nel-2025-imbottigliato-3-calano-giacenze-la-denominazione-tiene-in-controtendenza/>

### **NOBILE DI MONTEPULCIANO, SOSTENIBILITÀ IN CHIAVE GLOCAL**

Le Pievi come avanguardia di un racconto di sistema, dove la storia poliziana si intreccia con la certificazione Equalitas e il peso crescente dell'enoturismo. Dalla filiera, nel 2025, hanno avuto origine circa 6,4 milioni di bottiglie, in linea con i valori del biennio 2023-24.

Montepulciano è un sistema dove il Nobile è parte di un insieme più grande, in cui storia e vino si fondono in una prospettiva green ormai parte integrante della cultura imprenditoriale di zona. Progettualità nuove nel solco della massima valorizzazione del territorio guardano all'enoturismo con crescente interesse, soprattutto a fronte delle difficoltà su alcuni mercati esteri, segnati da crisi economica e tensioni geopolitiche. In un simile contesto, il progetto delle Pievi offre un ulteriore spunto di articolazione, anche nel bicchiere, dell'offerta poliziana.

#### **RESILIENZA AGRICOLA E PIEVI**

Il Nobile è uno dei più chiari esempi di come un vino a denominazione possa trascendere la sua dimensione agricola per diventare infrastruttura economica, sociale e identitaria di un territorio. A fronte di un'estensione comunale di circa 16.500 ettari, la vite ne occupa approssimativamente 2.000, di cui 1.411 imputabili al Vino Nobile di Montepulciano D.O.C.G. e 587 al Rosso di Montepulciano D.O.C., ridisegnando di fatto il paesaggio rurale e la declinazione economica dell'area. La produzione vitivinicola genera da sola un valore medio annuo di circa 65 milioni di euro, mentre l'impatto complessivo – dato dalla somma tra patrimonio aziendale, fatturato e valore della produzione – sfiora il miliardo di euro. In termini generali, le stime del Consorzio indicano che oltre il 70% dell'economia locale deriva direttamente o indirettamente dal vino, sostenuta da una filiera composta da oltre 250 viticoltori, 90 imbottiglieri e circa 2.000 addetti tra fissi e stagionali, impegnati ogni anno tra vigneti, cantine, enoteche e strutture ricettive. Da questa filiera, nel 2025 hanno avuto origine circa 6,4 milioni di bottiglie, in linea con i valori del biennio 2023-

24, quando la produzione si collocava fra 6,6 e 6,8 milioni di pezzi. Osservando nel lungo periodo, il dato dell'imbottigliato delinea una crescita evidente: nel 1994 la denominazione non raggiungeva i 3,5 milioni di bordolesi prodotte, mentre oggi la "piattaforma" del Nobile si è stabilizzata intorno alla fascia 6-7 milioni di bottiglie.

Osservando le rivendicazioni post-vendemmia - in attesa che lo storico dell'imbottigliamento consenta analisi più accurate - si ottiene un primo quadro quantitativo delle Pievi, ultimo e sostanziale aggiornamento del disciplinare del Vino Nobile di Montepulciano. Nel suo complesso, il Nobile Pieve ha registrato nel 2025 rivendicazioni per 585 mila litri, a fronte di quasi 4,9 milioni di litri rivendicati come Vino Nobile di Montepulciano privo di menzione aggiuntiva. Una ripartizione che sembra confermare le stime consortili, secondo cui, una volta a regime, le Pievi dovrebbero attestarsi attorno al 10% del Nobile complessivamente imbottigliato. Disaggregando il dato complessivo, emergono differenze marcate fra le singole Pievi. Nel 2025 i volumi rivendicati oscillano tra i 16.500 litri di Pieve "Ascianello" e gli oltre 137 mila litri di Pieve "Valiano", che rappresentano rispettivamente gli estremi minimo e massimo di una comparazione su base quinquennale (2021-2025). In questo arco temporale, Ascianello totalizza 48.100 litri rivendicati, mentre Valiano arriva a 468.971 litri, per un totale complessivo

#### GEOGRAFIA DEI MERCATI

Sul fronte commerciale, anche nel 2025 il Nobile conferma una spiccata propensione all'export: il 64,5% delle bottiglie prodotte varca i confini nazionali, mentre il 35,5% resta in Italia. La torta dei mercati esteri è guidata dalla Germania, che assorbe il 36% dell'export, seguita dagli Stati Uniti al 27,5% e dal Canada con circa il 5%. Sul mercato domestico il baricentro resta saldo nell'Italia centrale, che rappresenta il 65% delle vendite interne, con la sola Toscana al 45%. L'Italia settentrionale incide per il 32,6%, mentre il Sud e le isole rimangono su quote marginali poco sopra il 2%.

All'interno di questo quadro, si inserisce il fenomeno della vendita diretta in cantina, rilevante al punto da rappresentare, nel 2025, il 40% del tota-

le delle vendite al dettaglio del Nobile (era circa il 35% nel 2024). Un dato che dimostra la crescente capacità delle aziende di parlare direttamente al consumatore e di trasformare la visita in azienda in un canale stabile, non solo stagionale.

#### GREEN, BIO E EQUALITAS

Nel contesto poliziano, il tema della sostenibilità ha assunto negli anni una valenza trasversale, che tiene insieme produzione biologica, certificazioni volontarie e progettualità ambientali di lungo corso. Sul piano strettamente commerciale, le etichette a marchio biologico rappresentano circa il 50% delle vendite sul mercato italiano e oltre il 55% di quelle internazionali del Nobile, collocando Montepulciano ben al di sopra della media nazionale per penetrazione del bio.

Negli ultimi vent'anni il biologico ha conosciuto una crescita quasi ininterrotta, trainata da una domanda particolarmente vivace nei mercati nordeuropei, nordamericani e nelle grandi città italiane. Oggi però molti osservatori registrano una fase di assestamento: l'offerta è aumentata, la concorrenza è più serrata e il solo "bollino verde" non basta sempre a giustificare differenziali di prezzo marcati. In questo scenario, Montepulciano sembra voler affiancare al bio una strada più ampia, che guarda alla sostenibilità di sistema.

Tappa fondamentale di questo percorso è il maggio 2022, quando il Vino Nobile di Montepulciano diventa la prima denominazione italiana a ottenere la certificazione Equalitas di territorio: uno standard che valuta la sostenibilità su tre assi - ambientale, sociale, economico - e che prevede misurazioni oggettive (impronta carbonica, impronta idrica), verifiche sul rispetto dei diritti dei lavoratori e delle pari opportunità, oltre alla pubblicazione di bilanci di sostenibilità periodici.

In uno scenario globale in cui la grande distribuzione organizzata europea e nordamericana inserisce sempre più spesso criteri di sostenibilità nei capitolati d'acquisto, certificazioni come Equalitas assumono un peso crescente: non solo come marchio da apporre in etichetta, ma come garanzia di processi misurati e verificati da terze parti. Collegata agli obiettivi del Green Deal europeo - che punta alla

neutralità climatica entro il 2050 - può rappresentare per Montepulciano una leva competitiva e una possibile chiave di sviluppo socioeconomico: un modo per rendere più attrattivo il territorio, intercettare investimenti e turismo di qualità e fidelizzare una fascia di consumatori per i quali l'impegno ambientale non è più un optional. Questo primato rappresenta di fatto l'ultima tappa di un cammino iniziato tra gli anni Ottanta e Novanta, con la creazione di una rete di stazioni meteorologiche nell'areale di produzione e l'attivazione del 'messaggio verde', bollettino agronomico settimanale a supporto delle decisioni in vigneto. Nei primi anni Novanta è arrivato il progetto di zonazione 'Vino Nobile di Montepulciano - Zonazione e valorizzazione del territorio', seguito nel 2015 dal progetto sulla Carbon Footprint del Nobile, premiato allo Smau di Milano come best practice ambientale. Dal 2023 il Consorzio è riconosciuto operatore SQNPI per le aziende associate e oggi coordina una rete di circa 50 stazioni meteo per la raccolta dei dati climatici, utilizzati per affinare ulteriormente le strategie agronomiche e ambientali.

Lo sottolinea il presidente del Consorzio Andrea Rossi nell'intervista per il podcast di *VinoNews24*

#### ENOTURISMO E INTERCONNESSIONI TERRITORIALI

Negli ultimi anni il Nobile ha affiancato al ruolo di vino da esportazione quello di motore dell'enoturismo locale. A tal proposito è utile il report elaborato dal Santa Chiara Lab dell'Università di Siena e presentato all'Anteprima, che restituisce l'immagine di aziende che operano secondo un modello di "Tourism-Led Growth": non più soltanto produttrici di vino, ma poli di accoglienza, di racconto culturale e di servizi esperienziali.

L'80% delle imprese è guidato direttamente dal titolare e nell'84% dei casi si tratta di realtà a gestione familiare, un aspetto che facilita scelte coerenti di lungo periodo. Sul piano dell'offerta, il 75% delle aziende dispone di strutture agrituristiche, il 50% organizza degustazioni strutturate e visite in cantina, il 35% propone anche ristorazione. In diversi casi, queste attività legate all'enoturismo arrivano a generare fino all'80-90% del fatturato complessivo: un modo per trasformare i limiti di

mensionali (aziende piccole, superficiali contenute) in un'opportunità di specializzazione nei servizi ad alto valore aggiunto.

Dal lato della domanda, Montepulciano si inserisce in un trend regionale marcato: le analisi sui vini toscani indicano, per il 2025, un calo dell'export extra-UE compensato in parte dalla crescita del turismo, con circa 15 milioni di arrivi in Toscana nel solo 2024 e un ruolo chiave delle destinazioni del vino nel mantenere elevata la spesa media dei visitatori. In questo contesto si colloca il riconoscimento del Comune di Montepulciano come prima "destinazione turistica sostenibile" certificata in Italia, ottenuto nel 2024.

La trasformazione verso questo modello ha aperto anche un fronte sulle competenze: il report del Santa Chiara Lab evidenzia come il 61% delle aziende cerchi figure specializzate nell'ospitalità, il 28% nel marketing e il 22% nella gestione tecnica, a conferma di un salto professionale in atto. Il risultato è un ecosistema nel quale il vino resta il perno, ma il racconto si allarga alle cantine storiche nel centro e alle tante attrattive paesaggistiche e urbanistiche della zona, dalla Fortezza restaurata a Piazza Grande, dal Tempio di San Biagio fino al percorso delle Pievi, che invita a leggere Montepulciano come un paesaggio culturale prima ancora che come una semplice destinazione.

<https://vinonews24.it/2026/03/17/nobile-montepulciano-glocal-anteprima-2026/>

## **PINOT GRIGIO DELLE VENEZIE, TIENE LA DOC BIANCHISTA PIÙ GRANDE D'ITALIA. FOCUS: TRASPARENZA E VALORE**

Tutela e valorizzazione del paesaggio, trasparenza nei confronti dei consumatori, sinergia tra imprese, controllori e istituzioni, valorizzazione della qualità e del posizionamento: su questi asset si muove il Consorzio del Pinot Grigio Doc delle Venezie, guidato da Luca Rigotti, la più grande denominazione bianchista del Paese (27.000 ettari tra Veneto, Friuli Venezia Giulia e Provincia Autonoma di Trento, con

una produzione media di 230 milioni di bottiglie all'anno, per l'85% del Pinot Grigio italiano ed il 43% di quello mondiale, con 6.142 viticoltori, 575 imprese di vinificazione e 376 imbottigliatori), che registra numeri positivi anche in un 2025 difficile per il mondo del vino, con i dati di Triveneta Certificazioni che confermano l'imbottigliamento di 1.694.176 ettolitri contro 1.707.064 ettolitri del 2024, dato che consente di registrare una sostanziale stabilità della Doc delle Venezie, ma con un anno solare 2025 in cui sono stati certificati 1.795.740 ettolitri dai 1.755.636 ettolitri certificati nel 2024 (+2,5%). Per un vino sempre più legato al suo vasto territorio, e che punta sempre più convintamente sul nuovo Contrassegno di Stato introdotto dall'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato, e che ora si fa anche digitale. Messaggi arrivati dalla conferenza stampa, di scena ieri a Villa Necchi Campiglio a Milano, una delle più eleganti dimore simbolo del razionalismo italiano, oggi bene Fai - Fondo per l'Ambiente Italiano, con focus sulla nuova strategia di posizionamento della denominazione e sul ruolo del Contrassegno di Stato tricolore, che da efficace strumento di controllo evolve oggi in passaporto digitale della bottiglia e leva strategica di valorizzazione del vino e dell'origine.

Un visione di futuro che arriva dopo un percorso riletto dal presidente del Consorzio, Luca Rigotti, dalla nascita della denominazione, nata nel 2016, e del Consorzio stesso, riconosciuto dal Ministero dell'Agricoltura con incarico Erga Omnes per le attività di tutela, promozione e vigilanza sul mercato, che ha guidato un percorso di crescita e consolidamento che negli ultimi anni ha rafforzato il modello organizzativo della Doc e che anche nel 2025 ha registrato risultati positivi, con volumi stabili e una sempre maggiore capacità di coordinamento all'interno di un sistema che abbraccia i territori di Veneto, Friuli Venezia Giulia e Provincia Autonoma di Trento. "Il Pinot Grigio Doc delle Venezie nasce dalla capacità dei territori del Nord-Est di fare sistema e di costruire una governance condivisa, anche attraverso strumenti di gestione comuni e un tavolo di coordinamento interregionale. È questa oggi la nostra forza e la dimostrazione che la coesione rappresenta la chiave per affrontare

con efficacia le sfide dei mercati globali", ha detto Rigotti, che ha sottolineato come "i dati 2025 confermano la solidità di una delle principali denominazioni del vino italiano ed europeo, con imbottigliamenti stabili, che si attestano a 1,69 milioni di ettolitri e certificazioni che raggiungono 1,79 milioni di ettolitri, in crescita del 2,3%. Anche le riclassificazioni in ingresso, pari a 195.000 ettolitri, confermano il corretto funzionamento del sistema interregionale del Pinot Grigio e delle misure di gestione dell'offerta messe in campo dal Consorzio. Si tratta di risultati significativi in uno scenario internazionale complesso, segnato da contrazione e trasformazione dei consumi e da incertezze geopolitiche". In questo contesto - ha concluso Rigotti - il Consorzio continuerà a lavorare rafforzando gli strumenti di governo dell'offerta e le attività di promozione sui mercati internazionali. Il Report 2025 racconta un anno intenso di attività, con il consolidamento delle partnership culturali e istituzionali e la nascita del tavolo di coordinamento interregionale del Pinot Grigio: strumenti fondamentali per affrontare le sfide future e rafforzare il valore e il posizionamento della denominazione".

Tra le partnership, sotto i riflettori, proprio quella con il Fai, con il dg Davide Usai che ha sottolineato come "la tutela del paesaggio e del patrimonio artistico e culturale è uno degli elementi più profondi dell'identità del nostro Paese. Il vino, e in particolare un vino come il Pinot Grigio Doc Delle Venezie, strettamente legato a territori fortemente riconoscibili, rappresenta un naturale punto di incontro tra questi valori. La collaborazione con il Consorzio si inserisce proprio in questa visione: valorizzare un prodotto significa valorizzare anche i luoghi, la storia e le persone che lo rendono possibile. Il pubblico del Fai rappresenta in questo senso un interlocutore privilegiato per un progetto che mira ad elevare il percepito della Doc, inserendola in un racconto capace di integrare viticoltura, paesaggio e cultura". Ma come detto, la denominazione punta molto anche sulla trasparenza e la tracciabilità, anche grazie al nuovo Contrassegno di Stato con il tricolore, che guarda sempre più alla dimensione digitale, come sottolineato, nel dibattito

moderato da Luciano Ferraro, vice direttore "Corriere della Sera", dal direttore Mercati Privati Italia dell'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato, Matteo Taglienti: "il Contrassegno nasce come strumento di garanzia e controllo della produzione, con l'obiettivo di assicurare autenticità e tracciabilità dei prodotti. Nel tempo questo sistema si è evoluto integrando tecnologie sempre più avanzate, in grado di rispondere alle crescenti esigenze di sicurezza e trasparenza del mercato". Taglienti ha evidenziato come l'introduzione del Qr Code rappresenti oggi un passaggio significativo nel rapporto tra produttori e consumatori: "il Contrassegno non è più soltanto un sigillo cartaceo applicato alla bottiglia, ma una vera e propria piattaforma digitale. Grazie all'integrazione di strumenti tecnologici e sistemi anticounterfeiting diventa una sorta di passaporto del prodotto, capace di raccontarne origine, territorio e filiera produttiva". Il progetto sviluppato insieme alla Doc Delle Venezie rappresenta, secondo Taglienti, un esempio concreto di innovazione applicata al made in Italy: "stiamo lavorando con il Consorzio per costruire un sistema che valorizzi non solo il vino, ma anche le imprese, i servizi e i territori viticoli che compongono la filiera. L'obiettivo è integrare tracciabilità, sicurezza e capacità di racconto del sistema produttivo, rafforzando la fiducia dei consumatori nel sistema delle Indicazioni Geografiche italiane". Al centro del dibattito anche il tema della certificazione e dei controlli lungo la filiera, affrontato da Francesco Liantonio, presidente Triveneta Certificazioni - uno dei principali organismi di controllo del settore vitivinicolo italiano, nato dalla collaborazione tra Cevi, Siquiria, Valoritalia e Camera di Commercio di Trento - che ha illustrato il ruolo del sistema di certificazione e l'importanza di rafforzare le sinergie a beneficio del patrimonio viticolo interregionale. "Il nostro compito è svolgere in maniera sistematica i controlli di conformità lungo tutte le fasi della produzione, per garantire che in ogni segmento della filiera siano rispettati i requisiti stabiliti dal disciplinare di produzione del Pinot Grigio Doc delle Venezie. Solo all'esito positivo di questo processo - ha spiegato Liantonio - è possibile rilasciare i

Contrassegni di Stato da applicare sulle bottiglie, a garanzia della conformità del prodotto". Liantonio ha, inoltre, sottolineato come il Polo Vitivinicolo del Triveneto - recentemente inaugurato a San Vito al Tagliamento (come abbiamo raccontato qui) - rappresenti un esempio concreto di collaborazione tra organismi di certificazione e sistema consortile: "il Polo dimostra quanto sia fondamentale fare squadra. Mettere insieme competenze, esperienze e strumenti significa rafforzare l'intero sistema delle denominazioni e offrire maggiori garanzie ai consumatori e ai mercati". In questo contesto, il nuovo Contrassegno rappresenta un ulteriore passo avanti nel percorso di tracciabilità e valorizzazione del vino: "la tecnologia del Qr Code consente di andare oltre la semplice tracciabilità tecnica, permettendo di raccontare il vino, la sua origine e la filiera produttiva, attraverso informazioni validate dai controlli e le verifiche dell'ente certificatore, a garanzia della loro affidabilità. È uno strumento che rafforza la trasparenza e, allo stesso tempo, valorizza il lavoro dei produttori", ha concluso Liantonio.

"Abbiamo scelto di adottare il contrassegno fin dall'inizio del nostro progetto - ha aggiunto Luca Rigotti - perché rappresenta uno strumento di garanzia, trasparenza e tutela, oltre che un elemento distintivo capace di rafforzare l'identità della Doc e la sua riconoscibilità sui mercati internazionali. Oggi accogliamo con grande soddisfazione la sua evoluzione verso un sistema sempre più completo e innovativo, che collega il prodotto al territorio e alla filiera produttiva, offrendo al consumatore informazioni chiare e maggiore fiducia. Non è soltanto una fascetta applicata alla bottiglia, ma il simbolo di un sistema che unisce controlli, innovazione e responsabilità condivisa lungo tutta la filiera". Rigotti ha, inoltre, ricordato come la strategia di posizionamento della denominazione di origine passi anche attraverso un articolato sistema di partnership culturali e istituzionali di alto profilo: "le collaborazioni avviate dal Consorzio, come quelle con il Fai-Fondo per l'Ambiente Italiano e con la Fondazione Symbola, contribuiscono a rafforzare il percepito della denominazione e a collocarla in contesti di grande valore

culturale, ampliando il raggio d'azione del Consorzio. Allo stesso tempo promuoviamo anche un consumo consapevole e responsabile, contribuendo a una sostenibilità sociale che, come Consorzio, abbiamo scelto di perseguire anche attraverso la partnership con "Wine in Moderation". Restiamo, così, in prima linea nella promozione di un consumo moderato, riconoscendo al vino la sua piena dignità culturale, in uno scenario globale in cui questo prodotto viene messo spesso sotto attacco".

Un prodotto, il vino italiano, amatissimo nel mondo, e anche per questo spesso oggetto di contraffazione, imitazione ed evocazione, ha sottolineato Biagio Morana, direttore Ufficio Icqrf Nord-Est del Ministero dell'Agricoltura, che ha evidenziato il ruolo centrale del sistema dei controlli nell'opera di difesa della reputazione delle Indicazioni Geografiche italiane sui mercati internazionali. "Proprio perché molto apprezzati, i prodotti italiani di qualità sono spesso oggetto di contraffazione, imitazione ed evocazione", ha spiegato Morana, ricordando come il sistema di controllo italiano si fondi sulla collaborazione tra autorità pubbliche, organismi di certificazione e consorzi di tutela. "L'Icqrf opera lungo tutta la filiera con controlli mirati nelle diverse fasi produttive, attività di vigilanza e una stretta collaborazione con i consorzi, anche sui mercati esteri". I dati forniti dai report Icqrf 2024 e 2025, d'altronde, indicano che nel settore vitivinicolo vengono effettuati ogni anno circa 15.000 controlli annui, su circa 8.000 operatori, con un tasso medio di irregolarità intorno al 20%. E nel solo Triveneto si svolgono oltre 4.000 controlli, di cui più del 50% rivolti proprio al settore vitivinicolo, a conferma della centralità di quest'area per il sistema delle denominazioni italiane. Il fenomeno della contraffazione resta, tuttavia, significativo e l'obiettivo delle attività ispettive è proprio quello di tutelare la reputazione delle nostre eccellenze. "Il valore della produzione dei vini Dop e Igp in Italia supera gli 11 miliardi di euro, di cui circa 6 miliardi provengono dal Triveneto - con 4,3 miliardi dal Veneto, 0,8 dal Friuli Venezia Giulia e 0,7 dal Trentino-Alto Adige - secondo il Rapporto Ismea-Qualivita. Strumenti come il Contras-

segno di Stato contribuiscono a rafforzare la tutela di questo straordinario patrimonio", ha concluso Morana.

E se qualità, gestione dell'offerta e tracciabilità, come detto, sono pilastri della strategia del Consorzio della Doc delle Venezie, in primo piano c'è anche la valorizzazione della dimensione culturale e identitaria, come ha evidenziato Paolo Pigliacelli di Symbola, la Fondazione per le Qualità Italiane, partner del Consorzio in un percorso che mette in relazione vino, territori e responsabilità sociale. "Il vino italiano non è soltanto un prodotto agricolo: è un racconto di provenienza, comunità e paesaggi. In ogni bottiglia si ritrovano saperi tramandati nel tempo, biodiversità e identità locali. Raccontarlo in questa prospettiva significa rafforzare il valore del made in Italy e spiegare come la qualità nasca dall'incontro tra cultura, sostenibilità e territorio". Secondo Pigliacelli, la tutela e la valorizzazione dei territori passano necessariamente attraverso un sistema di alleanze: "quando imprese, consorzi, istituzioni e realtà culturali lavorano insieme, si costruisce un modello capace di generare valore economico, sociale e culturale nel lungo periodo. L'esperienza del Consorzio Doc delle Venezie dimostra come questa collaborazione possa tradursi in un progetto concreto di valorizzazione del territorio e della filiera vitivinicola".

Con un racconto che dal territorio si trasferisce in tutto il mondo, visto che oltre il 90% della produzione di Pinot Grigio Doc delle Venezie finisce all'export. Per un vino ed una denominazione che "continua ad essere un riferimento per qualità, identità territoriale e capacità di dialogo con i mercati globali, grazie all'impegno congiunto ed al grande lavoro svolto dai viticoltori, dagli enologi, dai cantinieri e dagli imbottigliatori che, assieme alle istituzioni, condividono con il Consorzio una visione comune di crescita e la volontà di essere al passo con le sfide che sarà necessario raccogliere per accompagnare i cambiamenti del sistema produttivo e del mercato", scrive Rigotti nell'introduzione al Report.

[https://winenews.it/it/pinot-grigio-delle-venezie-tiene-la-doc-bianchista-piu-grande-ditalia-focus-trasparenza-e-valore\\_584988/](https://winenews.it/it/pinot-grigio-delle-venezie-tiene-la-doc-bianchista-piu-grande-ditalia-focus-trasparenza-e-valore_584988/)

### VINO NOBILE DI MONTEPULCIANO: NEL 2025 EUROPA DEL NORD PRIMO MERCATO

Il Consorzio del Vino Nobile di Montepulciano, dopo la prima uscita internazionale con la fiera di Parigi, torna dal 15 al 17 marzo alla Prowein di Dusseldorf dove sarà presente con uno stand collettivo (Halle 3 Stand H49) con molte etichette in degustazione al banco consortile. Quelli di Prowein saranno tre giorni di contatti diretti pronti a scoprire le ultime annate in commercio, il Nobile 2023 e la Riserva 2022 e le Pievi 2021 e 2022. Inoltre, grazie ad un intervento dell'Istituto per il Commercio Estero (ICE), una delegazione di buyer internazionali sarà accompagnata in due momenti dal giornalista Filippo Bartolotta. Obiettivo dell'iniziativa è quella di avvicinare la Denominazione a operatori internazionali. Per quanto riguarda l'export il 2025 ha rappresentato il 64,5%, con la Germania a fare da traino con una quota del 36% e l'Europa nel suo complesso che vale quasi il 45%. In America (tra Nord e Sud) va il 34,5% dell'export, e nonostante le minacce dei dazi, il mercato degli Stati Uniti è stabile al 27,5%. Continua la tendenza di crescita del Canada che da solo è arrivato a circa il 5% delle esportazioni.

"Partecipare a eventi internazionali come la Prowein rappresenta per il Consorzio del Vino Nobile di Montepulciano un'occasione fondamentale per rafforzare la presenza della nostra denominazione sui mercati esteri e per promuovere la qualità e la storia dei nostri vini" ha dichiarato il presidente del Consorzio, Andrea Rossi, aggiungendo che "questi momenti di confronto diretto con buyer e operatori non solo ci permettono di presentare le ultime annate e le innovazioni della nostra produzione, ma sono anche essenziali per consolidare le relazioni commerciali e valorizzare il lavoro delle aziende del territorio e la crescente attenzione verso il Vino Nobile di Montepulciano, in particolare in Germania e negli altri paesi mitteleuropei, è la prova che continuare a investire nella promozione globale sia la strada giusta per garantire futuro e competitività alle nostre eccellenze".

<https://askanews.it/2026/03/11/vino-nobile-di-montepulciano-nel-2025-europa-del-nord-primomercato/>

### PINOT GRIGIO DOC DELLE VENEZIE: IL CONTRASSEGNO DIVENTA PASSAPORTO DIGITALE E LEVA STRATEGICA

La conferenza stampa organizzata a Villa Necchi Campiglio dal Consorzio Pinot Grigio DOC Delle Venezie dedicata alla presentazione della nuova strategia di posizionamento della denominazione e al ruolo del contrassegno di Stato tricolore ha rappresentato un importante momento di confronto tra istituzioni, sistema consortile, organismi di certificazione e realtà culturali, con l'obiettivo di evidenziare il valore di questo strumento di garanzia quale espressione di un modello evoluto di denominazione italiana, capace di coniugare identità territoriale, governance interregionale, tutela pubblica, innovazione tecnologica e valorizzazione culturale.

Ad aprire i lavori i saluti di Davide Usai, Direttore Generale del FAI, che ha richiamato il valore della tutela del territorio come elemento fondante dell'identità italiana. La scelta di Villa Necchi Campiglio - luogo emblematico del patrimonio culturale nazionale - ha rappresentato una cornice fortemente simbolica per l'incontro tra vino, paesaggio e cultura. «La tutela del paesaggio e del patrimonio artistico e culturale è uno degli elementi più profondi dell'identità del nostro Paese. Il vino, e in particolare un vino come il Pinot Grigio DOC Delle Venezie, strettamente legato a territori fortemente riconoscibili, rappresenta un naturale punto di incontro tra questi valori. La collaborazione con il Consorzio si inserisce proprio in questa visione: valorizzare un prodotto significa valorizzare anche i luoghi, la storia e le persone che lo rendono possibile. Il pubblico del FAI rappresenta in questo senso un interlocutore privilegiato per un progetto che mira ad elevare il percepito della DOC, inserendola in un racconto capace di integrare viticoltura, paesaggio e cultura».

Il ruolo del Consorzio Luca Rigotti, Presidente del Consorzio DOC Delle Venezie, ha ripercorso l'evoluzione della denominazione, nata

nel 2016, e del Consorzio stesso, riconosciuto dal Ministero dell'agricoltura con incarico erga omnes per le attività di tutela, promozione e vigilanza sul mercato. Un percorso di crescita e consolidamento che negli ultimi anni ha rafforzato il modello organizzativo della DOC e che anche nel 2025 ha registrato risultati positivi, con volumi stabili e una sempre maggiore capacità di coordinamento all'interno di un sistema che abbraccia i territori di Veneto, Friuli Venezia Giulia e Provincia autonoma di Trento. «Parliamo di una filiera che conta su un potenziale viticolo di circa 27.000 ettari di vigneto, 6.141 viticoltori, 575 imprese di vinificazione e 371 imprese di imbottigliamento, e che rappresenta il 43% del Pinot Grigio mondiale e l'85% di quello nazionale, con una produzione annua di circa 230 milioni di bottiglie. Il Pinot Grigio DOC Delle Venezie nasce dalla capacità dei territori del Nord-Est di fare sistema e di costruire una governance condivisa, anche attraverso strumenti di gestione comuni e un tavolo di coordinamento interregionale. È questa oggi la nostra forza e la dimostrazione che la coesione rappresenta la chiave per affrontare con efficacia le sfide dei mercati globali». Il contrassegno di Stato, vera e propria piattaforma digitale

La conferenza - moderata da Luciano Ferraro, vicedirettore del Corriere della Sera - è proseguita con l'intervento di Matteo Taglienti, Direttore Mercati Privati Italia dell'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato, che ha illustrato l'evoluzione del contrassegno di Stato nella sua dimensione digitale. «Il contrassegno nasce come strumento di garanzia e controllo della produzione, con l'obiettivo di assicurare autenticità e tracciabilità dei prodotti. Nel tempo questo sistema si è evoluto integrando tecnologie sempre più avanzate, in grado di rispondere alle crescenti esigenze di sicurezza e trasparenza del mercato». Taglienti ha evidenziato come l'introduzione del QR code rappresenti oggi un passaggio significativo nel rapporto tra produttori e consumatori: «Il contrassegno non è più soltanto un sigillo cartaceo applicato alla bottiglia, ma una vera e propria piattaforma digitale. Grazie all'integrazione di strumenti tecnologici e

sistemi anticounterfeiting diventa una sorta di passaporto del prodotto, capace di raccontarne origine, territorio e filiera produttiva».

Il progetto sviluppato insieme alla DOC Delle Venezie rappresenta, secondo Taglienti, un esempio concreto di innovazione applicata al Made in Italy: «Stiamo lavorando con il Consorzio per costruire un sistema che valorizzi non solo il vino, ma anche le imprese, i servizi e i territori viticoli che compongono la filiera. L'obiettivo è integrare tracciabilità, sicurezza e capacità di racconto del sistema produttivo, rafforzando la fiducia dei consumatori nel sistema delle Indicazioni Geografiche italiane».

**Certificazioni e controlli**

Al centro del dibattito anche il tema della certificazione e dei controlli lungo la filiera, affrontato da Francesco Liantonio, Presidente di Triveneta Certificazioni - uno dei principali organismi di controllo del settore vitivinicolo italiano, nato dalla collaborazione tra Ceviq, Siquira, Valoritalia e la Camera di Commercio di Trento - che ha illustrato il ruolo del sistema di certificazione e l'importanza di rafforzare le sinergie a beneficio del patrimonio viticolo interregionale. «Il nostro compito è svolgere in maniera sistematica i controlli di conformità lungo tutte le fasi della produzione, per garantire che in ogni segmento della filiera siano rispettati i requisiti stabiliti dal disciplinare di produzione del Pinot Grigio DOC Delle Venezie. Solo all'esito positivo di questo processo è possibile rilasciare i contrassegni di Stato da applicare sulle bottiglie, a garanzia della conformità del prodotto».

Liantonio ha inoltre sottolineato come il Polo Vitivinicolo del Triveneto - recentemente inaugurato a San Vito al Tagliamento (PN) - rappresenti un esempio concreto di collaborazione tra organismi di certificazione e sistema consortile: «Il Polo dimostra quanto sia fondamentale fare squadra. Mettere insieme competenze, esperienze e strumenti significa rafforzare l'intero sistema delle denominazioni e offrire maggiori garanzie ai consumatori e ai mercati». In questo contesto, il nuovo contrassegno rappresenta un ulteriore passo avanti nel percorso di tracciabilità e valorizzazione del vino:

«La tecnologia del QR code consente di andare oltre la semplice tracciabilità tecnica, permettendo di raccontare il vino, la sua origine e la filiera produttiva, attraverso informazioni validate dai controlli e le verifiche dell'ente certificatore, a garanzia della loro affidabilità. È uno strumento che rafforza la trasparenza e, allo stesso tempo, valorizza il lavoro dei produttori», ha concluso Liantonio.

Rafforzare l'identità e la riconoscibilità della DOC

La parola è quindi tornata a Luca Rigotti, Presidente del Consorzio DOC Delle Venezie, intervenuto anche nella tavola rotonda per approfondire il valore strategico dell'introduzione del contrassegno di Stato nel percorso di crescita della denominazione.

«Abbiamo scelto di adottare il contrassegno fin dall'inizio del nostro progetto perché rappresenta uno strumento di garanzia, trasparenza e tutela, oltre che un elemento distintivo capace di rafforzare l'identità della DOC e la sua riconoscibilità sui mercati internazionali. Oggi accogliamo con grande soddisfazione la sua evoluzione verso un sistema sempre più completo e innovativo, che collega il prodotto al territorio e alla filiera produttiva, offrendo al consumatore informazioni chiare e maggiore fiducia. Non è soltanto una fascetta applicata alla bottiglia, ma il simbolo di un sistema che unisce controlli, innovazione e responsabilità condivisa lungo tutta la filiera».

Rigotti ha inoltre ricordato come la strategia di posizionamento della denominazione di origine passi anche attraverso un articolato sistema di partnership culturali e istituzionali di alto profilo: «Le collaborazioni avviate dal Consorzio - come quelle con il FAI-Fondo per l'Ambiente Italiano e con la Fondazione Symbola - contribuiscono a rafforzare il percepito della denominazione e a collocarla in contesti di grande valore culturale, ampliando il raggio d'azione del Consorzio. Allo stesso tempo promuoviamo anche un consumo consapevole e responsabile, contribuendo così a una sostenibilità sociale che, come Consorzio, abbiamo scelto di perseguire anche attraverso la partnership con Wine in Moderation. Restiamo così in prima linea nella promozione di un consumo moderato, riconoscendo al vino la sua piena

dignità culturale, in uno scenario globale in cui questo prodotto viene messo spesso sotto attacco».

#### Tutela pubblica e lotta alla contraffazione

Biagio Morana, Direttore dell'Ufficio ICQRF Nord-Est del MASAF ha evidenziato il ruolo centrale del sistema dei controlli nell'opera di difesa della reputazione delle Indicazioni Geografiche italiane sui mercati internazionali. «Proprio perché molto apprezzati, i prodotti italiani di qualità sono spesso oggetto di contraffazione, imitazione ed evocazione», ha spiegato Morana, ricordando come il sistema di controllo italiano si fondi sulla collaborazione tra autorità pubbliche, organismi di certificazione e Consorzi di tutela. «L'ICQRF opera lungo tutta la filiera con controlli mirati nelle diverse fasi produttive, attività di vigilanza e una stretta collaborazione con i Consorzi, anche sui mercati esteri».

I dati forniti dai report ICQRF 2024 e 2025 indicano che nel settore vitivinicolo vengono effettuati ogni anno circa 15.000 controlli annui, su circa 8.000 operatori, con un tasso medio di irregolarità intorno al 20%. E nel solo Triveneto svolge oltre 4.000 controlli, di cui più del 50% rivolti proprio al settore vitivinicolo, a conferma della centralità di quest'area per il sistema delle denominazioni italiane. Il fenomeno della contraffazione resta tuttavia significativo e l'obiettivo delle attività ispettive è proprio quello di tutelare la reputazione delle nostre eccellenze. «Il valore della produzione dei vini DOP e IGP in Italia supera gli 11 miliardi di euro, di cui circa 6 miliardi provengono dal Triveneto – con 4,3 miliardi dal Veneto, 0,8 dal Friuli Venezia Giulia e 0,7 dal Trentino-Alto Adige – secondo il Rapporto Ismea-Qualivita. Strumenti come il contrassegno di Stato contribuiscono a rafforzare la tutela di questo straordinario patrimonio», ha concluso Morana.

#### Cultura, sostenibilità e territorio

La strategia di valorizzazione della DOC Delle Venezie si estende infine anche alla dimensione culturale e identitaria, come ha evidenziato Paolo Pigiaccelli di Symbola-Fondazione per le qualità italiane, partner del Consorzio in un percorso che mette in relazione vino, territori e responsabilità

sociale. «Il vino italiano non è soltanto un prodotto agricolo: è un racconto di provenienza, comunità e paesaggi. In ogni bottiglia si ritrovano saperi tramandati nel tempo, biodiversità e identità locali. Raccontarlo in questa prospettiva significa rafforzare il valore del Made in Italy e spiegare come la qualità nasca dall'incontro tra cultura, sostenibilità e territorio». Secondo Pigiaccelli, la tutela e la valorizzazione dei territori passano necessariamente attraverso un sistema di alleanze: «Quando imprese, consorzi, istituzioni e realtà culturali lavorano insieme, si costruisce un modello capace di generare valore economico, sociale e culturale nel lungo periodo. L'esperienza del Consorzio DOC Delle Venezie dimostra come questa collaborazione possa tradursi in un progetto concreto di valorizzazione del territorio e della filiera vitivinicola».

#### Prospettive future

A chiudere la conferenza il Presidente Rigotti, che ha presentato una panoramica sull'andamento della denominazione e sulle prospettive future attraverso un overview sull'andamento della DOC Delle Venezie e il Report Consorzio DOC Delle Venezie 2025. «I dati 2025 della DOC Delle Venezie confermano la solidità di una delle principali denominazioni del vino italiano ed europeo, con imbottigliamenti stabili, che si attestano a 1,69 milioni di ettolitri e certificazioni che raggiungono 1,79 milioni di ettolitri, in crescita del 2,3%. Anche le riclassificazioni in ingresso, pari a 195 mila ettolitri, confermano il corretto funzionamento del sistema interregionale del Pinot Grigio e delle misure di gestione dell'offerta messe in campo dal Consorzio. Si tratta di risultati significativi in uno scenario internazionale complesso, segnato da contrazione e trasformazione dei consumi e da incertezze geopolitiche. In questo contesto – ha concluso Rigotti – il Consorzio continuerà a lavorare rafforzando gli strumenti di governo dell'offerta e le attività di promozione sui mercati internazionali. Il Report 2025 racconta un anno intenso di attività, con il consolidamento delle partnership culturali e istituzionali e la nascita del tavolo di coordinamento interregionale del Pinot Grigio: strumenti fondamen-

tali per affrontare le sfide future e rafforzare il valore e il posizionamento della denominazione».

<https://vigneviniequalita.edagricole.it/mercato/pinot-grigio-doc-delle-venezie-contrassegno-diventa-passaporto-digitale-e-leva-strategica/>

## I ROSSI DI VALTELLINA

I vitigni Chiavennasca e Nebbiolo si evolvono e nelle cantine si assiste al ricambio generazionale: così la zona, con le sue due Docg, è rinata

Il momento magico non è dovuto solo alle Olimpiadi invernali Milano-Cortina, che a Bormio hanno portato atleti, tifosi e turisti. «Stiamo assistendo – assicura Prevostini – a una rinascita. Da vent'anni è cambiato tutto: nel 2010 le aziende vinicole erano 35, ora sono 110. Sono arrivati vignaioli anche da zone diverse dalla nostra. E molti sono ragazze e ragazzi che hanno studiato, hanno girato il mondo e ora sono pronti a portare nuove energie nel territorio». Per il presidente, adesso i vini storici valtellinesi hanno una «immensa capacità di sviluppo».

A cosa è dovuto questo ottimismo? Il primo fattore è l'evoluzione del vitigno. La ruvida Chiavennasca che faticava a trovare il tocco vellutato si è trasformata. Complice il cambiamento climatico. La vendemmia, un tempo tra le più tardive d'Italia, a volte fino a novembre, è anticipata, le uve sono più integre e croccanti. Il Nebbiolo di montagna è diventato più elegante, piacevole, senza perdere il nerbo.

Il secondo fattore è il ricambio generazionale nelle cantine. Fino a qualche decennio fa il mercato di riferimento era la Svizzera, dove il vino si vendeva in gran parte sfuso. Gli imprenditori, spesso piccoli o piccolissimi, hanno imboccato la strada dell'attenzione in vigna e in cantina, e la qualità media si è innalzata in modo deciso. «I vini basati su Sangiovese e Pinot nero stanno vivendo un periodo difficile, per noi è il contrario».

#### I rossi di Valtellina

«È il nostro momento». Una voce fuori dal coro quella di Mamete Prevostini, 59 anni, presidente del Consorzio di Tutela dei Vini di Valtellina. È al suo quarto mandato in questo ruolo. Men-

tre i colleghi di tutta Europa si lamentano del momento nero del mercato, Prevostini guarda soddisfatto gli 820 ettari di vigneti, un insieme di terzette sulle montagne. È il regno della Chiavennasca, versione alpina del Nebbiolo. Con un reticolo di muretti a secco, 2.500 chilometri fino a quota 800 metri.

Il momento magico non è dovuto solo alle Olimpiadi invernali Milano-Cortina, che a Bormio hanno portato atleti, tifosi e turisti. «Stiamo assistendo – assicura Prevostini – a una rinascita. Da vent'anni è cambiato tutto: nel 2010 le aziende vinicole erano 35, ora sono 110. Sono arrivati vignaioli anche da zone diverse dalla nostra. E molti sono ragazze e ragazzi che hanno studiato, hanno girato il mondo e ora sono pronti a portare nuove energie nel territorio». Per il presidente, adesso i vini storici valtellinesi hanno una «immensa capacità di sviluppo».

A cosa è dovuto questo ottimismo? Il primo fattore è l'evoluzione del vitigno. La ruvida Chiavennasca che faticava a trovare il tocco vellutato si è trasformata. Complice il cambiamento climatico. La vendemmia, un tempo tra le più tardive d'Italia, a volte fino a novembre, è anticipata, le uve sono più integre e croccanti. Il Nebbiolo di montagna è diventato più elegante, piacevole, senza perdere il nerbo.

Il secondo fattore è il ricambio generazionale nelle cantine. Fino a qualche decennio fa il mercato di riferimento era la Svizzera, dove il vino si vendeva in gran parte sfuso. Gli imprenditori, spesso piccoli o piccolissimi, hanno imboccato la strada dell'attenzione in vigna e in cantina, e la qualità media si è innalzata in modo deciso. «I vini basati su Sangiovese e Pinot nero stanno vivendo un periodo difficile, per noi è il contrario».

La denominazione è piccola, 3,2 milioni di bottiglie, per un valore di circa 34 milioni di euro. Il Consorzio, fondato nel 1976, ha 68 soci. L'export interessa il 45% della produzione. Due le Docg: il Valtellina Superiore (dai vigneti migliori di Buglio in Monte e Tirano) e lo Sforzato (o Sfursat), da un appassimento delle uve fino a 80 giorni, un vino identitario, robusto ma appagan-

te. Più giovane il Rosso di Valtellina Doc, mentre l'Igt Alpi Retiche riunisce i vini lontani dai classici.

[https://www.corriere.it/cook/vini/26\\_marzo\\_06/i-rossi-di-valtellina-acec2786-bed6-4c21-892c-7focdd490xlk.shtml](https://www.corriere.it/cook/vini/26_marzo_06/i-rossi-di-valtellina-acec2786-bed6-4c21-892c-7focdd490xlk.shtml)

**VINO, NEL 2025 VENDITE GLOBALI DI ASTI DOCG -9%, PESA CROLLO SPUMANTE**

Nel 2025 le vendite globali di Asti Docg in Gdo e retail sono scese del 9%, fermandosi a poco meno di 75 milioni di bottiglie. A pesare maggiormente è stata la performance dell'Asti Spumante, che ha chiuso l'anno con una flessione del 12,4% e 49,3 milioni di bottiglie da 0,75 litri commercializzate. Più contenuta la contrazione del Moscato d'Asti, sceso dell'1,8% a 25 milioni di bottiglie.

Per il Moscato d'Asti il dato più critico resta quello statunitense, con un calo del 7,6% in un mercato che da solo rappresenta il 58% del totale commercializzato della tipologia. Al netto della flessione negli Usa, però, l'andamento sarebbe stato positivo grazie alla sostanziale tenuta dell'Europa, in calo dello 0,6%, e soprattutto alla crescita in Asia, dove l'incremento è stato dell'11,3%. La Cina ha registrato un balzo del 55% ed è diventata il terzo mercato di riferimento per il Moscato d'Asti. L'Asia vale ora il 18% delle bottiglie esportate.

Più complesso il quadro dell'Asti Spumante. In Europa il calo è stato del 14%, pari a 4,2 milioni di bottiglie in meno rispetto al 2024, mentre negli Stati Uniti la flessione ha raggiunto il 50%, con 2,6 milioni di bottiglie perse. In Russia, primo sbocco della tipologia, la discesa si è fermata al 3%, con 14,1 milioni di bottiglie vendute. Nel dettaglio europeo, le contrazioni più pesanti hanno riguardato Gran Bretagna, Germania e Polonia, rispettivamente in calo del 13%, del 49% e del 26%. Segnali opposti arrivano invece da alcuni mercati dell'Est europeo, con Ungheria e Lituania in crescita.

«Che la fase sia difficile, non solo per la nostra Denominazione, non è una novità, ma per noi alla contrazione

generale dei consumi si aggiungono le tensioni in due piazze che da sole sommano oltre il 40% delle nostre vendite e questo ha pesato», ha dichiarato il presidente del Consorzio Asti Docg Stefano Ricagno, sottolineando che «in un anno di tensioni non sono mancate le note positive, a partire da una crescita evidente della domanda asiatica, Cina in primis, che sta assumendo dimensioni importanti e che fa ben sperare. Abbiamo estrema necessità di allargare il nostro spettro commerciale».

Fuori dall'Unione Europea, anche per l'Asti Spumante l'Asia si conferma l'area più dinamica, con un aumento del 20% e 3,3 milioni di bottiglie vendute, trainate soprattutto da Giappone, Emirati Arabi, Kazakistan e Cina. Nelle Americhe continua invece la progressione del Messico, che supera il milione di bottiglie commercializzate, mentre il Perù sale a 750mila pezzi, con una domanda in aumento di un terzo. In calo anche il mercato italiano, che assorbe circa il 10% della produzione complessiva. Le vendite interne dell'Asti Spumante sono scese del 5,7% a 4,25 milioni di bottiglie, quelle del Moscato d'Asti del 6,9% a 2,5 milioni.

«Al netto del calo negli Stati Uniti, pari al 7,6% in un mercato che rappresenta il 58% del totale commercializzato, il Moscato d'Asti avrebbe chiuso in positivo», ha spiegato il direttore del Consorzio Asti Docg Giacomo Pondini, rimarcando che «il risultato è sostenuto dalla relativa tenuta in Europa, dove la flessione è dello 0,6%, ma soprattutto dalla crescita dell'11,3% registrata nei Paesi asiatici, a cominciare dalla Cina che segna un incremento del 55% e diventa il terzo principale mercato della tipologia». La quota dell'Asia sul totale delle bottiglie esportate sale così al 18%.

Il 2026 si apre con un programma promozionale concentrato soprattutto sugli Stati Uniti, dove sono previsti investimenti per circa un milione di euro tra eventi, degustazioni e campagne distribuite nel corso dell'anno. Dopo il passaggio al «Salone del Vino» di Torino, la Denominazione sarà presente anche alla 58esima edizione di «Vinitaly», in programma a Verona dal 12 al 15 aprile.

<https://askanews.it/2026/03/09/vino-nel-2025-vendite-globali-di-asti-docg-9-pesa-crollo-spumante/>

**ORCIA DOC E EXPORT, GIULITTA ZAMPERINI RACCONTA LA CRESCITA DELLA DENOMINAZIONE**

Orcia DOC e mercati esteri, la denominazione prepara una crescita più strutturata

Nel panorama dei vini toscani a denominazione, Orcia DOC si muove oggi in una fase di evoluzione strategica. La produzione resta contenuta, ma la direzione è chiara: consolidare la presenza sui mercati esteri senza perdere il legame con il territorio, con la filiera corta e con un'identità produttiva che resta fortemente riconoscibile.

A raccontare il momento della denominazione è Giulitta Zamperini, presidente del Consorzio Orcia DOC, in questa intervista che mette a fuoco il ruolo dell'export, i margini di crescita e il messaggio che la denominazione vuole trasmettere al trade internazionale.

Export Orcia DOC ancora legato all'eno-turismo

Oggi la quota export della denominazione è ancora limitata, ma rappresenta un asse di sviluppo importante. In molti casi, il primo contatto con i vini Orcia avviene direttamente sul territorio: è lì che il consumatore internazionale conosce la denominazione e, una volta rientrato nel proprio Paese, ne diventa ambasciatore.

Si tratta di un modello che ha funzionato per far conoscere l'Orcia DOC, ma che da solo non basta più. L'obiettivo, ora, è costruire una presenza più ordinata e continuativa sui mercati esteri, lavorando su crescita produttiva, affidabilità e posizionamento.

Una denominazione piccola, ma con margini di sviluppo

Con una produzione annua ancora contenuta e un potenziale vitato non completamente espresso, Orcia DOC può lavorare su uno sviluppo graduale, senza forzature. Il tema, per la denominazione, non è crescere in volume a ogni costo, ma rafforzarsi in modo coerente, mantenendo qualità e identità territoriale.

Il cuore della proposta resta il Sangiovese, vitigno che qui trova una sua interpretazione precisa, capace di coniugare struttura, eleganza e tenuta nel tempo. Un profilo che può risultare interessante per importatori e distributori attenti a vini distintivi, non industriali e con una forte relazione con il paesaggio d'origine.

Intervista a Giulitta Zamperini, presidente del Consorzio Orcia DOC  
Presidente, qual è oggi il ruolo dell'export per la denominazione Orcia DOC? Per il momento si tratta di una quota ancora limitata, intorno al 20%, e ancora molto legata all'esperienza diretta dei visitatori sul territorio.

Questo modello è sufficiente per il futuro della denominazione?

È stato fondamentale per far conoscere, ma oggi vogliamo strutturare meglio la presenza sui mercati esteri e stiamo lavorando in questa direzione. In che modo pensate di farlo?

Attraverso un aumento graduale della produzione, sfruttando gli ettari disponibili, senza compromettere in alcun modo la qualità.

Che tipo di interlocutori cercate sui mercati internazionali?

Importatori e distributori che lavorino su denominazioni identitarie e sappiano valorizzare un tipo di produzione non industriale.

Qual è il messaggio chiave per il trade?

L'Orcia DOC è una small denomination, piccola, ma pronta a crescere in modo coerente e affidabile, anche per muoversi nell'ambito dell'export. Il posizionamento dell'Orcia DOC tra identità e affidabilità

Dal punto di vista commerciale, la denominazione può offrire elementi interessanti a chi lavora nel segmento dei vini territoriali: aziende flessibili, volumi ancora gestibili e un'identità netta. Non è una DOC che cerca spazio sul terreno dei grandi numeri, ma su quello della riconoscibilità e della coerenza. In questa chiave, Orcia DOC può parlare a un pubblico evoluto, attento al racconto del territorio ma anche alla solidità del progetto produttivo. La sfida sarà proprio questa: trasformare il legame spontaneo generato dall'eno-turismo in una presenza più stabile e strutturata sui mercati internazionali.

<https://www.igrandivini.com/news/interviste/orcia-doc-giulitta-zamperini-racconta-la-crescita-della-denominazione/>

**VALTÈNESI, ROSÉ NEL DNA: LA SFIDA DI RACCONTARSI AI MERCATI GLOBALI**

Negli ultimi anni il vino rosato è uscito da una lunga zona d'ombra. Per decenni considerato una tipologia marginale, spesso stagionale e raramente centrale nelle strategie delle denominazioni, oggi intercetta molte delle preferenze del consumo contemporaneo: freschezza, versatilità gastronomica e gradazioni più contenute.

Eppure il riconoscimento culturale del rosé non è cresciuto ovunque con la stessa velocità. Se territori come la Provenza sono riusciti a trasformarlo in un linguaggio internazionale riconoscibile, in Italia il racconto resta più frammentato, disperso tra identità locali forti ma raramente organizzate in una narrazione efficace.

È proprio in questo spazio che si colloca Valtènesi. Abbiamo incontrato il presidente del Consorzio di tutela, Paolo Pasini, in occasione dell'ultima edizione di Wine Paris.

«Valtènesi è un vino straordinariamente contemporaneo», osserva Pasini. «Ma non perché sia stato costruito per il mercato. È semplicemente ciò che questo territorio ha sempre prodotto. Il rosé oggi è molto di moda, ma non tutte le denominazioni hanno questa identità nel loro DNA. In Italia ci sono territori che storicamente hanno costruito una cultura del rosato: il Salento, l'Abruzzo con il Cerasuolo, Bardolino e ci siamo noi».

Il paradosso è proprio questo: una denominazione che affonda le proprie radici nella fine dell'Ottocento e che oggi sembra rispondere con naturalezza a molte delle preferenze del consumo attuale.

Una denominazione compatta e profondamente radicata

Valtènesi si sviluppa sulla sponda bresciana del Lago di Garda, tra Desenzano e Salò, in un contesto dove il lago agisce come regolatore climatico naturale. Qui il vitigno simbolo è il Gropello, varietà autoctona che trova in quest'area una delle sue espressioni più caratteristiche.

La vocazione alla vinificazione in rosa risale alla fine del XIX secolo, quando il senatore Pompeo Gherardo Molmenti, ispirandosi ai rosé francesi, codificò la tecnica del cosiddetto "vino di una notte", ottenuto con una breve macerazione delle uve rosse.

Oggi la denominazione conta circa 2 milioni di bottiglie prodotte ogni anno e un tessuto produttivo composto in larga parte da aziende familiari di dimensioni contenute.

Una quota significativa della produzione è destinata ai mercati esteri, in particolare Germania, Svizzera, Stati Uniti e Nord Europa, dove la cultura del rosé è più consolidata e dove lo stile fresco e gastronomico del Valtènesi trova una collocazione naturale.

«Le aziende sono quasi tutte radicate qui da generazioni», spiega Pasini. «Questo crea un rapporto molto forte con il territorio».

Il disciplinare della denominazione è tra i più attenti alla definizione dello stile del vino e negli anni è stato affiancato dal protocollo RoséMì, pensato per valorizzare un modello produttivo che punta alla massima qualità delle uve.

**Il valore prima del prezzo**

La scelta di preservare gli aspetti identitari ha conseguenze anche sul piano economico. La produzione in Valtènesi è caratterizzata da un lavoro tra i filari estremamente accurato.

«Coltivare un ettaro di vigneto qui costa tra i 10.000 e i 15.000 euro solo per la gestione agronomica», spiega Pasini. «Molte aziende sono certificate SQNPI e lavorano con rese molto basse».

Il territorio è inoltre inserito in uno dei contesti turistici più dinamici d'Italia. Il Lago di Garda attira ogni anno milioni di visitatori e rappresenta un ecosistema economico dove il valore dell'esperienza è centrale.

«Non possiamo lavorare sul mercato del prezzo», continua Pasini. «Possiamo lavorare solo sul mercato dell'identità e del valore».

In questo percorso anche la ristorazione svolge un ruolo decisivo. Le carte dei vini rappresentano spesso il primo luogo di incontro tra il consumatore e il Valtènesi, contribuendo a costruire familiarità con una tipologia che in Italia non ha ancora una presenza stabile come in altri paesi.

Il mosaico delle denominazioni e il ruolo dei consorzi piccoli

In un sistema vitivinicolo articolato come quello italiano, la dimensione delle denominazioni influisce anche sull'accesso alle risorse.

«Non bisogna cadere nell'idea che se sei piccolo vali meno», spiega Pasini. «Tutti contribuiamo a creare un mosaico straordinario di territori e vini. Il dato è che i consorzi piccoli vivono condizioni diverse». «Spesso i progetti sono finanziati al 70 o all'80 per cento e la parte restante diventa impegnativa per realtà come le nostre». Il riferimento è anche alle nuove politiche europee previste dal Pacchetto Vino, che nei prossimi anni ridisegneranno alcune dinamiche di sostegno al settore e che non sempre risultano efficaci per sostenere percorsi di crescita anche nel posizionamento internazionale, tensione oggi viva per la denominazione.

**La direzione futura**

Anche sul piano normativo Valtènesi sta lavorando per rafforzare ulteriormente il proprio profilo identitario. «Il disciplinare non è particolarmente permissivo», spiega Pasini. «Stiamo verificando se ci siano margini per renderlo ancora più preciso nel definire lo stile del vino. Ma non dobbiamo dare regole che rendano impossibile la vita ai vignaioli, dobbiamo solo fare in modo da rendere evidente che la gara del prezzo non è la nostra gara».

«Quanti consumatori sono in grado di capire questa cosa?» riflette Pasini. «Tutti, se glielo spieghiamo con efficacia e con poche parole».

La sfida, oggi, è proprio questa: trovare il linguaggio giusto per raccontare con immediatezza un vino che nasce da una storia lunga più di un secolo.

«In un mondo che corre veloce dobbiamo trovare quei pochi vocaboli capaci di far capire subito che siamo qualcosa di diverso», conclude Pasini. «Non un rosé qualunque, ma un Valtènesi».

<https://horecanews.it/valtenesi-rose-nel-dna-la-sfida-di-raccontarsi-ai-mercato-globali>

## VINO E MEDAGLIE: IL PROSECCO DOC BRINDA ANCHE AI GIOCHI PARALIMPICI DI MILANO CORTINA 2026

Dopo l'incetta di medaglia che l'ha vista terminare al n. 4 nel medagliere dietro alla Nazione regina degli sport invernali, la Norvegia, a colossi sportivi come gli Usa, e davanti, per numero di medaglie complessive, ai Paesi Bassi, l'Italia dello sport, ora guarda con speranza di nuovi trionfi ai Giochi Paralimpici Invernali di Milano Cortina 2026, che prenderanno il via ufficialmente il 6 marzo, e vedranno gli atleti in gara fino al 16 marzo. E nei calici, ancora una volta, il brindisi ufficiale sarà quello del Prosecco Doc, già protagonista dei Giochi Olimpici da poco conclusi, grazie ad un investimento monstre, il più grande per la storia della denominazione-locomotiva del vino italiano, intorno agli 8 milioni di euro.

«I Giochi Paralimpici esprimono valori in cui crediamo da sempre: la capacità di perseguire l'eccellenza con determinazione, di non fermarsi davanti alle difficoltà, di fare del proprio meglio in ogni condizione. Essere Official Sparkling Wine di Milano Cortina 2026 significa per noi portare in una vetrina di risonanza mondiale un prodotto che nasce da un territorio, da una comunità e da generazioni di lavoro condiviso. Non è un riconoscimento che riceviamo: è un impegno che rinnoviamo», ha commentato Giancarlo Guidolin, presidente Consorzio di tutela della Doc Prosecco.

Con un brindisi che è stato celebrato oggi, nel centro storico di Treviso, città capoluogo tra le 9 province della denominazione Prosecco Doc e sede del Consorzio di tutela, alla presenza della "Fiamma Paralimpica", alla presenza, tra gli altri, dei vertici del Consorzio, della città, del Coni e di Paolo Tonon, atleta Paralimpico di tiro con l'arco, medaglia di bronzo ai Giochi di Parigi 2024. Per tutta la durata dei Giochi Paralimpici (6-15 marzo), Prosecco Doc sarà presente al bar ufficiale di Casa Italia alla Galleria FarsettiArte di Cortina d'Ampezzo, dove una carta dedicata raccoglie le referenze delle 16 aziende del Consorzio (Brilla! Cà di Rajo, Cantine Maschio, Casa Vinicola Bosco

Malera, Italian Wine Brands, La Marca, Le Rughe, Masottina, Mionetto, Pitars, Ponte 1948, Serena Wines 1881, Torresella, Villa Sandi, Val d'Oca, Valdo), e nelle aree hospitality allestite nelle venue di gara. Mentre continueranno le altre attività di comunicazione negli Aeroporti di Treviso, Venezia, Orio al Serio e Milano Malpensa, e le iniziative nel cuore di Milano e non solo.

[https://winenews.it/it/vino-e-medaglie-il-prosecco-doc-brinda-ancherai-giochi-paralimpici-di-milano-cortina-2026\\_584086/](https://winenews.it/it/vino-e-medaglie-il-prosecco-doc-brinda-ancherai-giochi-paralimpici-di-milano-cortina-2026_584086/)

**TRE CONSORZI FANNO SQUADRA: NASCE IL PIANO 2026-2028 PER IL VINO DEL MONFERRATO**

Ad Acqui Terme presentato un piano triennale 2026-2028 per rilanciare l'ecosistema vitivinicolo: filiera, turismo ed effetto UNESCO al centro di una strategia condivisa

Il Monferrato prova a cambiare passo e sceglie una parola chiave: alleanza. Al Teatro Ariston di Acqui Terme, il 3 marzo 2026, i tre principali Consorzi del territorio - Consorzio Tutela Vini d'Acqui, Consorzio Barbera d'Asti e Vini del Monferrato, Consorzio per la Tutela dell'Asti Spumante e del Moscato d'Asti DOCG - hanno presentato un piano triennale pensato per superare la logica delle singole denominazioni e costruire una visione integrata che metta al centro economia, comunità e paesaggio delle colline UNESCO.

Un convegno "fondativo" e una regia comune

Il convegno "Il futuro del Monferrato nasce dal vino - Economia, società, paesaggio", moderato dal giornalista Raffaele Ricciardi, ha assunto il valore di momento fondativo di un percorso strategico comune. L'apertura istituzionale - con gli interventi dell'Assessore regionale Paolo Bongioanni, del Sindaco di Acqui Terme Danilo Rapetti, del Vicepresidente del Consiglio regionale Domenico Ravetti e del Consigliere regionale Marco Protopapa - ha sottolineato la portata territoriale dell'operazione.

I tre Consorzi: "la filiera deve tornare al centro"

Nella sequenza degli interventi, i Presi-

denti Paolo Ricagno, Vitaliano E. Maccario e Stefano Ricagno hanno sancito pubblicamente un patto che punta a gestire insieme sfide che nessuna denominazione può affrontare da sola: mercato globale, sostenibilità economica delle aziende, ricambio generazionale, competitività del territorio.

Stefano Ricagno (Asti Spumante e Moscato d'Asti DOCG) ha messo il focus sul "dietro le quinte" della bottiglia: "Dietro ogni bottiglia di vino non c'è solo un prodotto, ma un intero mondo che parte dal viticoltore e coinvolge ogni attore sociale ed economico."

Vitaliano E. Maccario (Barbera d'Asti e Vini del Monferrato) ha richiamato la forza della diversità piemontese come asset da proteggere e raccontare: "Abbiamo un patrimonio di vitigni autoctoni unico al mondo: l'unione di questi tre Consorzi nasce dalla volontà di trasformare questa varietà in un'unica, potente idea comune."

Paolo Ricagno (Vini d'Acqui) ha sintetizzato la posta in gioco in numeri e reputazione: "Rappresentiamo un territorio che esprime cinque denominazioni di prestigio e 150 milioni di bottiglie."

Demografia, turismo e finanza: i contributi "fuori dal vino" che parlano al vino

Il convegno ha inserito il tema vitivinicolo dentro una cornice più ampia, con contributi accademici e manageriali.

La leva demografica secondo Francesco Billari

Il Rettore dell'Università Bocconi Francesco Billari ha evidenziato la demografia come chiave di lettura del futuro: calo della natalità e peso ridotto delle nuove generazioni impongono nuove strategie di tutela del capitale umano, con l'Italia vista come laboratorio di soluzioni per la tenuta del sistema produttivo.

Turismo esperienziale e Gen Z: l'analisi di Magda Antonioli

Magda Antonioli (Università Bocconi) ha indicato nel turismo esperienziale e nell'enogastronomia leve decisive, sottolineando la necessità di un'offerta integrata e di una comunicazione capace di parlare anche alla Gen Z. Nel confronto con Langhe e Roero, il Monferrato - pur UNESCO - è chiamato a costruire un proprio brand con identità, paesaggio e coinvolgimento della

comunità.

Il "modello Oltrepò Pavese" presentato da Colline e Oltre

Matteo Casagrande Paladino, DG di Colline e Oltre S.p.A., ha portato la case history dell'Oltrepò Pavese come esempio di coordinamento tra finanza, istituzioni e operatori locali per interventi concreti su hospitality, ristorazione ed enogastronomia, suggerendo una possibile traccia replicabile. La roadmap 2026-2028: ricostruzione, espansione, consolidamento. Le linee guida del piano triennale sono state illustrate da Andrea Pirola (CEO WHITEmc, advisor marketing e strategico). La roadmap 2026-2028 è costruita su tre fasi:

<https://www.igrandivini.com/news/tre-consorzi-fanno-squadra-per-il-vino-del-monferrato/>

**VINO NOBILE DI MONTEPULCIANO CONFERMA TREND DI CRESCITA. TIBERINI (CONSORZIO): PIEVE È ORMAI PUNTA DI DIAMANTE DELLE NOSTRE PRODUZIONI**

"Il mercato del Vino Nobile di Montepulciano ha confermato anche nell'ultimo anno il trend di crescita già iniziato con l'annata 2024 e consolidatosi a inizio 2025. In questo momento, la nostra denominazione è una delle realtà toscane che stanno trainando il brand Toscana".

A sottolinearlo Luca Tiberini, vicepresidente del Consorzio del Vino Nobile di Montepulciano secondo cui "l'Anteprima è stata un'esperienza davvero positiva: la settimana scorsa abbiamo avuto tantissimi giornalisti entusiasti. Negli ultimi tempi Montepulciano è diventato un punto di aggregazione molto 'modaiolo' per la stampa enologica, e tra ieri e oggi alla Fortezza ho registrato un grande afflusso di operatori. La cosa più importante è che si tratta di operatori interessati, in un contesto globale in cui i consumi dei grandi rossi stanno calando, mentre per il Vino Nobile l'interesse si manifesta in modo decisamente positivo. È una bellissima notizia".

Soddisfazioni dalla Pieve - Arrivano conferme dalla denominazione Pieve (approfondimento): "Se il 2021 - con-

tinua Tiberini – aveva dato responsi positivi, anche perché era una novità, nuovo vino e nuovo stile; con il 2022, sono arrivate conferme. Possiamo dire oggi che Pieve può rappresentare la punta di diamante della produzione di Montepulciano, in maniera concreta e tangibile”.

E' stata un'edizione da record con 57 aziende presenti ai banchi d'assaggio per raccontare e presentare le nuove annate in commercio dal 2026: il Vino Nobile 2023 (appena giudicato con 4,5 stelle su cinque) e la Riserva 2022, ma anche la grande novità in commercio da qualche mese, il Vino Nobile di Montepulciano Pieve.

<https://www.agricultura.it/2026/03/04/vino-nobile-di-montepulciano-conferma-trend-di-crescita-tiberini-consorzio-pieve-e-ormai-punta-di-diamante-delle-nostre-produzioni/>

**IL CONSORZIO DI TUTELA CONEGLIANO VALDOBBIADENE PROSECCO DOCG SOSTIENE IL PREMIO PAESAGGI STORICI**

L'Associazione dei Paesaggi Rurali di Interesse Storico (PRIS) istituisce il primo riconoscimento per chi promuove attivamente pratiche agricole e silvo-pastorali tradizionali e il Consorzio di tutela Conegliano Valdobbiadene Prosecco Docg lo sostiene. Un premio per chi tutela in maniera attiva il paesaggio agricolo di qualità, parte integrante della nostra cultura e dell'identità nazionale. A lanciare il primo riconoscimento dedicato a chi promuove pratiche agricole e silvo-pastorali di valore storico è l'Associazione dei Paesaggi Rurali di Interesse Storico (PRIS) E.T.S. Un appello a cui si aggiunge con forza, attraverso un contributo economico di rilievo, il Consorzio di Tutela del Vino Conegliano Valdobbiadene Prosecco, le cui colline sono state riconosciute patrimonio dell'umanità Unesco. La parola al direttore del Consorzio

“Essere parte attiva e concreta di questo Premio rappresenta per il Consorzio di Tutela Conegliano Valdobbiadene Prosecco un impegno coerente con

la nostra identità e con il percorso intrapreso negli anni.” – Dichiarò il Direttore del Consorzio, Diego Tomasi. “Consideriamo questa iniziativa un progetto di alto profilo culturale e strategico, perché crediamo profondamente nel ruolo dell'Associazione PRIS. E nel valore del lavoro che porta avanti a tutela dei paesaggi rurali storici. Ne condividiamo i principi fondanti e riconosciamo l'impegno quotidiano di chi quei valori li rende concreti attraverso progettualità e azioni tangibili sul territorio. La cura, la salvaguardia e la valorizzazione del comprensorio del Conegliano Valdobbiadene – riconosciuto Patrimonio dell'Umanità UNESCO – sono da sempre al centro della nostra azione. Questo Premio ne è una naturale e convincente espressione”.

Il premio Paesaggi Rurali Storici Il Premio Paesaggi Rurali Storici nasce con lo scopo di valorizzare, difendere e accrescere la consapevolezza delle pratiche agricole che nel corso degli anni e dei secoli hanno plasmato il territorio italiano. Rendendolo riconoscibile e amato in tutto il mondo. Coltivazioni terrazzate, su impervie pendici montane e collinari, muretti a secco. Originali sistemi di irrigazione, vigneti eroici, pascoli per il bestiame, mantenuti per decenni o per secoli. Uliveti ultracentenari, ma anche boschi coltivati per ricavarne, legname e altri prodotti preziosi, come la farina di castagne. L'agricoltura disegna il Paese e ne segna le abitudini alimentari, attraverso prodotti unici e una cucina altrettanto straordinaria che oggi è anche Patrimonio Unesco.

Il bando di concorso Il bando di concorso include interventi di recupero o riqualificazione, iniziative di pianificazione, tutela, conservazione e studio. Ma anche di comunicazione, purché già in atto o conclusi da non più di tre anni ed è quantomai trasversale, aperto a enti pubblici, associazioni, enti governativi e non profit, aziende agricole, consorzi, privati cittadini. In palio un riconoscimento economico pari a 2mila euro. I vincitori potranno inoltre giovare di una campagna promozionale a mezzo stampa e social media già programmata dall'Associazione PRIS. Le can-

didature potranno essere inviate via mail fino alle ore 12 del 30 aprile 2026. Il commento del Presidente dell'associazione PRIS

Il Prof. Mauro Agnoletti, Presidente dell'Associazione PRIS è Titolare della Cattedra Unesco in Paesaggi del patrimonio agricolo presso l'Università di Firenze. Recentemente chiamato a rappresentare il paesaggio italiano nel Comitato Tecnico Scientifico dedicato a Belle arti, Archeologia e Paesaggio del Ministero della Cultura. Ha dichiarato che l'agricoltura è quella che in modo più persistente e pervasivo ha permeato la nostra cultura, oltre che le forme del nostro paesaggio. Tantissimi nostri borghi, centri storici e monumenti devono la loro esistenza alle attività agricole. Anche il paesaggio rurale è parte del nostro patrimonio culturale”.

<https://www.doctorwine.wine/pot-pourri/enomondo-news/il-consorzio-di-tutela-del-prosecco-sostiene-il-premio-paesaggi-storici/>

**ROERO DOCG, IL PUNTO DEL CONSORZIO SUL MERCATO: "TENUTA DELLE VENDITE E NUOVE SFIDE GLOBALI PUR NELL'INCERTEZZA"**

“La situazione è ancora positiva. Non c'è stata crescita, ma c'è stato un mantenimento dei dati ufficiali sulle vendite”, spiega Damonte. In un panorama globale segnato da incertezza geopolitica ed economica, la stabilità diventa già un segnale incoraggiante. “Con il quadro mondiale che abbiamo, è un dato che possiamo definire ottimista”. Il 2025 si era chiuso con una vendemmia di buona produzione e qualità molto alta, ma con un clima generale prudente. Oggi, a marzo, è ancora presto per elaborare dati consolidati, ma i segnali che arrivano dal ritiro delle fascette e dall'andamento complessivo non indicano criticità strutturali.

Sul fronte prezzi si registra un assestamento. “C'è un lieve calo sullo sfuso. L'Arneis ha assorbito bene questa dinamica, ma dobbiamo capire come evolverà nei prossimi mesi, che saranno decisivi”, sottolinea il presidente.

Il nodo più delicato resta il mercato statunitense. "È quello più complicato in questo momento, perché non si riesce a capire bene cosa succederà negli Stati Uniti". Tuttavia l'interesse resta vivo: "Proprio in questi giorni i guru americani stanno organizzando molte degustazioni. L'ottimismo da parte loro non manca". Più stabili appaiono i mercati storici europei e alcune piazze asiatiche come Giappone e Corea.

Anche il mercato interno offre un segnale incoraggiante. "Nei primi due mesi dell'anno, rispetto allo scorso, vedo un dato lievemente positivo. È un elemento molto importante". Damonte legge la partenza del 2026 con fiducia: "La vedo positiva. Tecnicamente potrebbe essere un'annata migliorativa rispetto all'anno scorso".

Parallelamente al monitoraggio dei mercati, il Consorzio lavora sul fronte promozionale. In programma due eventi in Piemonte: uno dedicato al mondo Horeca, l'altro rivolto ai consumatori finali. La programmazione sarà definita nel CDA del 10 marzo.

Intanto si chiude il ciclo di quattro appuntamenti stampa in Italia - Napoli, Roma, Bologna e Milano - con l'obiettivo di consolidare il dialogo con gli organi di informazione. "Quando si parla di vini, i primi con cui bisogna parlare sono gli organi di stampa", osserva Damonte.

Prosegue inoltre il piano triennale su Stati Uniti e Canada, che prevede masterclass, degustazioni, fiere ed eventi per operatori. A gennaio il Consorzio è stato a New York con riscontri positivi. "C'è stata un'ottima accoglienza da parte degli addetti ai lavori". In calendario altri appuntamenti in Canada e negli Usa, probabilmente Chicago, oltre a incoming sul territorio per portare buyer e professionisti a conoscere direttamente il Roero. "Chi lavora nel mondo del vino deve vedere le realtà del territorio".

Il quadro resta dunque complesso, ma non negativo. "Dobbiamo essere ottimisti. Le cose che stanno succedendo nel mondo non sono prevedibili e questo clima può rallentare la movimentazione delle persone e dei prodotti. Speriamo si risolva velocemente", conclude Damonte.

[https://www.targatocn.it/2026/03/04/leggi-notizia/argomenti/agricoltura-10/articolo/roero-docg-il-punto-del-consorzio-sul-mercato-tenuta-delle-ven-dite-e-nuove-sfide-globali-pur-nell-1.html#goog\\_rewarded](https://www.targatocn.it/2026/03/04/leggi-notizia/argomenti/agricoltura-10/articolo/roero-docg-il-punto-del-consorzio-sul-mercato-tenuta-delle-ven-dite-e-nuove-sfide-globali-pur-nell-1.html#goog_rewarded)

### **FESTIVAL DI PRIMAVERA: LA TERZA EDIZIONE, TRA OSTRICHE E FRANCIACORTA**

La Franciacorta ospita la terza edizione del Festival di Primavera, in programma sabato 14 e domenica 15 marzo 2026. Un fine settimana che unisce cultura, enogastronomia e tradizione attraverso un calendario ricco di iniziative, guidando il pubblico alla conoscenza del territorio in modo autentico e coinvolgente.

Il Festival invita a esplorare la Franciacorta nei suoi luoghi più rappresentativi, dalle cantine aperte al pubblico agli spazi storici e ai percorsi gastronomici che raccontano l'identità dell'area e il suo legame con il passato, componendo un itinerario che intreccia arte, paesaggio e convivialità.

Tre i filoni principali dell'edizione 2026: cibo, cultura e vino. Sul fronte gastronomico, 16 chef del territorio firmeranno interpretazioni inedite capaci di mettere in dialogo la tradizione culinaria locale con un'ospite d'eccezione. È l'Ostrica Marennes - Oléron IGP, eccellenza europea scelta come filo conduttore dell'edizione 2026.

Creazioni pensate in esclusiva per il Festival offriranno una lettura contemporanea dell'incontro tra identità locale e materia prima internazionale, valorizzando un abbinamento, quello tra ostrica e Franciacorta, sempre più apprezzato per equilibrio ed eleganza. Le proposte saranno disponibili nei ristoranti del territorio, disegnando un itinerario gastronomico che esplora il patrimonio culinario franciacortino attraverso nuove combinazioni e interpretazioni.

Il programma culturale accompagnerà, invece, i visitatori alla scoperta dei luoghi simbolo della zona. Lo farà attraverso percorsi guidati, itinerari narrativi ed eventi ospitati nelle cantine e in altri spazi storici. Un racconto immersivo che intreccia storia, architettura e tradizioni, offrendo uno

sguardo approfondito sul patrimonio culturale franciacortino.

Grazie alla preziosa collaborazione con il Gruppo FAI (Fondo per l'Ambiente Italiano) Sebino e Franciacorta, anche in questa edizione saranno accessibili itinerari culturali inediti e aperture straordinarie dedicate al patrimonio storico-artistico del territorio. Ci saranno visite accompagnate dal gruppo presso il Centro storico di Erbusco, il Castello Convento e Palazzo Pelizzari a Capriolo, e Palazzo Monti della Corte a Nigoline.

**Il vino**

Il Franciacorta sarà il fulcro delle attività dedicate al vino, con degustazioni, momenti di approfondimento tematico e iniziative culturali che coinvolgeranno 50 cantine del territorio. Il programma includerà visite in cantina e appuntamenti pensati per raccontare le diverse espressioni stilistiche del Franciacorta.

Presso la sede del Consorzio si terranno tasting sensoriali guidati dal sommelier Artur Vaso, secondo Miglior Sommelier d'Italia 2025. Accompagnerà il pubblico in un percorso di approfondimento dedicato alle caratteristiche distintive e agli abbinamenti del Franciacorta con le Ostriche Marennes - Oléron IGP.

**Il programma**

L'inaugurazione ufficiale del Festival di Primavera si terrà giovedì 12 marzo a Brescia alle 18 presso il Teatro Grande di Brescia, con "Il Futuro dei Luoghi. Identità, visione e responsabilità culturale". Si tratta di un dialogo pubblico dedicato al valore dei territori come spazi culturali vivi: non solo luoghi geografici o produttivi, ma comunità che generano identità, visione e futuro.

Il talk intende esplorare come i territori possano diventare motori di senso e responsabilità condivisa, capaci di coniugare memoria e innovazione, radici e progettualità. Franciacorta promuove questo confronto come occasione di riflessione ampia e trasversale, offrendo il proprio percorso come esempio di costruzione culturale e visione collettiva. L'incontro sarà moderato da Dario Maltese, giornalista e volto noto dell'informazione televisiva, che guiderà il dialogo tra i relatori in un confronto dinamico e intergenerazionale.

Il Festival di Primavera, con il suo programma, conferma dunque il ruolo della Franciacorta come laboratorio culturale e paesaggistico. L'obiettivo è offrire al pubblico un'occasione per entrare in contatto diretto con la ricchezza e la varietà del suo patrimonio storico, artistico e produttivo.

<https://www.igrandivini.com/news/festival-di-primavera-la-terza-edizione-tra-ostriche-e-franciacorta/>

**DAL 15 AL 17 MARZO  
IL CONSORZIO DI TUTELA  
SARÀ PRESENTE  
A DÜSSELDORF PER  
LA FIERA MONDIALE  
DI RIFERIMENTO  
PER IL VINO CON DUE  
POSTAZIONI DEDICATE**

Valorizzazione, strategia e territorio: il Primitivo di Manduria a ProWein Pastorelli: "La Germania continua a rappresentare un interlocutore fondamentale per l'export della denominazione e il nostro compito è accompagnare questo percorso con presenza, visione e progettualità"

Il Primitivo di Manduria continua a parlare al mondo da uno dei palcoscenici più autorevoli del settore vitivinicolo internazionale. Dal 15 al 17 marzo 2026 il Consorzio di Tutela del Primitivo di Manduria sarà protagonista a ProWein Düsseldorf, la fiera di riferimento mondiale per il vino e i distillati, punto d'incontro privilegiato per produttori, buyer e professionisti provenienti da tutto il mondo.

Con due postazioni dedicate (Hall 3 - Stand 3D40 - Desk 5 e 6), il Consorzio rafforzerà la propria presenza sul mercato tedesco e internazionale, portando a Düsseldorf non solo etichette, ma identità, territorio e visione strategica. ProWein rappresenta infatti un osservatorio internazionale sul mondo del vino e sulle sue evoluzioni: un contesto altamente qualificato in cui accogliere operatori, stampa e stakeholder, consolidando il posizionamento della denominazione. Tra i momenti centrali della presenza in fiera, la masterclass dedicata al Primitivo di Manduria, in programma lunedì 16 marzo alle ore 14:30 presso l'Enoteca Vinotech, inserita nell'ambito del guided tour e guidata da Filippo

Bartolotta, tra i più autorevoli wine educator italiani a livello internazionale. Un'occasione per valorizzare il ruolo del Consorzio e raccontare in modo chiaro l'identità della denominazione, il territorio e il lavoro di tutela e promozione svolto

"Dopo il primo appuntamento a Berlino, il Consorzio di Tutela del Primitivo di Manduria torna in Germania con una presenza strutturata e strategica, confermando l'attenzione verso un mercato storicamente centrale - sottolinea il presidente Novella Pastorelli - La Germania continua a rappresentare un interlocutore fondamentale per l'export della denominazione e il nostro compito è accompagnare questo percorso con presenza, visione e progettualità. Dall'inizio dell'anno siamo stati presenti ogni mese all'estero nelle fiere del vino più importanti: è un lavoro costante di valorizzazione e posizionamento sui mercati internazionali. Continueremo su questa strada: la prossima tappa sarà Vinitaly a Verona, dal 12 al 15 aprile 2026".

Un cammino promozionale incessante che testimonia la determinazione del Consorzio nel rafforzare il ruolo del Primitivo di Manduria tra le eccellenze del panorama vitivinicolo internazionale.

<https://www.puglialive.net/il-consorzio-di-tutela-del-primitivo-di-manduria-a-prowein-con-2-postazioni/>

**SOAVE: LA PROMOZIONE  
COLLETTIVA FAVORISCE  
LO SVILUPPO  
DELLE AZIENDE**

Stagione di grande impegno sul fronte della promozione per il Consorzio del Soave che, rientrato da Wine Paris, il salone internazionale di Parigi a cui l'ente consortile ha preso parte quest'anno per la prima volta con uno spazio istituzionale collettivo dove le aziende hanno intensamente lavorato, ci si appresta ora a scaldare i motori in vista di Prowein, in programma a Düsseldorf, dal 15 al 18 marzo. Sarà uno spazio collettivo istituzionale anche quello che il Consorzio ha predisposto per le attività in Germania al cui interno le aziende partecipanti avranno così l'opportunità di incontrare buyer e operatori internazionali.

La Germania continua, infatti, a rap-

presentare una piazza strategica per il Soave, sia in termini di volumi sia di posizionamento, seguita dal Regno Unito e dai mercati del Nord Europa. A Düsseldorf il Consorzio sarà presente alla Hall 3 N30, dove sono attesi buyer soprattutto tedeschi e nordeuropei, operatori del trade e stampa internazionale.

A stretto giro sarà poi la volta di Vinitaly, a Verona, dal 12 al 15 aprile con uno spazio rinnovato e funzionale sia all'attività di valorizzazione della denominazione sia alle esigenze di business delle aziende.

A fronte di un calendario fieristico che si sta gradualmente infittendo, muoversi in maniera collettiva in Europa rappresenta per le aziende del Soave, soprattutto quelle più piccole o mediamente strutturate, una modalità vincente per lo sviluppo del business a fronte di un investimento affrontabile e di servizi garantiti.

«Partecipare ad una collettiva - evidenzia il presidente del Consorzio del Soave, Cristian Ridolfi - oltre a rafforzare la presenza istituzionale del Consorzio, permette alle cantine di fare attività, di consolidare le relazioni commerciali esistenti e di individuare nuovi prospect, con un investimento proporzionato ai mezzi di cui ogni azienda dispone. Si tratta di opportunità concrete alla portata di ogni produttore, soprattutto oggi, in una fase in cui i mercati mostrano maggiore interesse per vini bianchi, freschi e dal moderato contenuto alcolico».

L'anno in corso, infatti, si è aperto sotto buoni auspici per la denominazione del Soave che a fine dicembre 2025 ha registrato un +3% dell'imbottigliato rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Un dato che assume una valenza doppiamente positiva se si considera la generale flessione che ha caratterizzato l'intero comparto a livello nazionale negli ultimi 12 mesi. Bene anche sul fronte delle giacenze: a fine 2025 il livello di giacenza per la Doc Soave ha registrato un -8 % rispetto al 2024, anno che già faceva registrare un -7,9% rispetto al 2023.

Se ad oggi le fiere internazionali in Europa si confermano per il Consorzio del Soave lo strumento principale per fare attività di promozione in un'ottica di servizio alle aziende, anche e forse soprattutto per quelle meno struttu-

rate, oltre oceano invece si punta ad azioni dirette e molto mirate, come nel caso del mercato canadese.

A maggio, infatti, in Canada, il Consorzio concentrerà i propri sforzi su due mercati chiave: la British Columbia con Vancouver e il Quebec con Montreal. In collaborazione con Michaela Morris, wine writer ed esperta di vini italiani con lunga esperienza sul mercato canadese, verrà sviluppato un programma mirato di masterclass e attività divulgative rivolte a operatori e stampa specializzata. Vancouver, città in forte espansione economica e dal profilo spiccatamente cosmopolita, è stata scelta perché anticipa mode e tendenze di consumo, rivelandosi un osservatorio privilegiato per i vini bianchi di qualità. Montreal, riferimento per il Québec, si conferma invece una piazza strategica per il Soave, che qui ha già saputo ritagliarsi uno spazio significativo tra appassionati e professionisti. La scelta di puntare su queste due città trova riscontro nei trend di consumo più recenti: il mercato canadese mostra una crescente attenzione verso vini bianchi, freschi, caratterizzati da moderato contenuto alcolico e da una forte identità territoriale. Il Québec, in particolare, è la prima regione canadese per importazione di vino e registra il consumo pro capite più elevato del Paese, con una marcata preferenza per i vini da vitigni autoctoni, in linea con il profilo del grande bianco italiano.

<https://www.infoimpresa.info/soave-la-promozione-collettiva-favorisce-lo-sviluppo-delle-aziende/>

