FEDERDOC - CONFEDERAZIONE NAZIONALE DEI CONSORZI VOLONTARI
PER LA TUTELA DELLE DENOMINAZIONI DEI VINI ITALIANI

VIA VENTI SETTEMBRE, 98/G
00187 ROMA

TEL. +390644250589
FEDERDOC@FEDERDOC.COM - WWW.FEDERDOC.COM

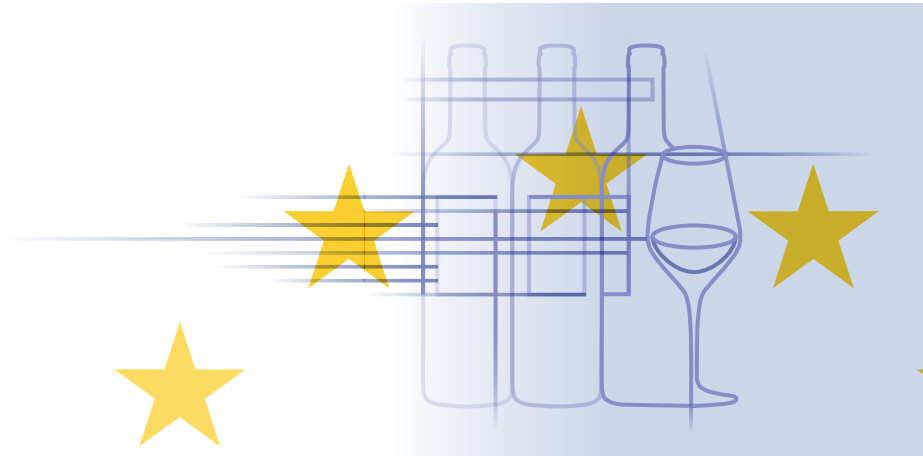
FEDERDOC

INFODOC

GIUGNO 2026
BOLLETTINO MENSILE
PER IL SETTORE IG

INFORMAZIONE D'ORIGINE CONTROLLATA

ACCADE A **GIUGNO** NEL MONDO DEL VINO



IL "PACCHETTO VINO" ALLA SFIDA DELLA PAC,
IN UNO SCENARIO CHE CAMBIA, SUL TAVOLO DELLA FILIERA

"Il Pacchetto vino è stato un successo politico della filiera vitivinicola europea e frutto di una nuova positiva stagione di dialogo tra politica, istituzioni e rappresentanti delle imprese, ma il percorso non è ancora concluso. Dobbiamo lavorare agli atti delegati e, soprattutto, vanno difese le conquiste ottenute per favorire la competitività delle imprese nelle trattative per la Pac: abbiamo vinto una battaglia, ma solo dopo la definizione della nuova Politica Agricola Comunitaria (Pac) potremo dire di aver vinto la guerra". Ignacio Sánchez Recarte, segretario generale Cevv, è stato molto netto nel tracciare i prossimi obiettivi del confronto europeo sulle misure approvate lo scorso febbraio con il pacchetto vino (Reg. UE 2026/471) nel suo saluto al convegno "Il vino cambia: sfide e opportunità. Il Pacchetto Vino e le sue prime applicazioni", organizzato nei giorni scorsi da Ugivi-Unione Giuristi della Vite e del Vino, in collaborazione con Cantina Sociale di Quistello, Camera Civile di Mantova e Legal Hackers Mantova, nella cooperativa vitivinicola mantovana.
Anticipando l'avvio della road map politica verso la Pac - che ha visto, in questi giorni l'importante tappa organizzata dal Ceev a Taranto con il Commissario Europeo Christoph Hansen - Recarte ha sottolineato due aspetti del provvedimento su cui la filiera europea del vino deve far leva per affrontare il delicato momento di difficoltà del mercato e la battaglia che porterà a disegnare la nuova Pac: il positivo clima di dialogo con la politica e le istituzioni Ue, inaugurato con l'approvazione del wine package e portato avanti dal Commissario Hansen, e le misure per la competitività delle imprese vitivinicole europee. Tra queste, in prima battuta, quelle per regolare l'offerta e gestire il potenziale che hanno attraversato tutto il confronto svoltosi a Quistello tra i rappresentanti del comparto intervenuti: Luca Rigotti (presidente delle Confcooperative Vino e del Gruppo di Lavoro Vino di Copa Cogeca), Riccardo Ricci Curbastro (presidente Efow - European Federation of Origin Wines), Mario Danesi (vice presidente AsCoViLo - Associazione dei Consorzi di tutela dei Vini Lombardi), Carlo Alberto Panont (direttore del Consorzio Garda Doc e della Valtenesi) e Stefano Sequino (Direttore Consorzio Doc delle Venezie). Misure oggi al centro di un animato confronto tra le associazioni del comparto e nei territori in vista di una vendemmia, ormai vicina, che impatterà su una Cantina Italia già "piena" - con 50 milioni di ettolitri di giacenze (49,1 al 30 maggio, più di una vendemmia media) - complicando ulteriormente una difficile situazione del mercato. Ma al centro del dibattito, è stata proprio l'Analisi del Pacchetto vino ed il suo percorso.
"Dall'11 settembre 2024, con la prima riunione del Gruppo di Alto Livello sulla politica vitivinicola - ha ricordato il

giornalista Giulio Somma, che ha moderato l'incontro - sono stati necessari circa 18 mesi di confronto serrato per arrivare a votare un pacchetto di misure molto ampio che, modificando i quattro pilastri del settore - il regolamento sull'organizzazione comune dei mercati (Ocm) per il settore vino, sui piani strategici della Pac, sulle Indicazioni Geografiche dei vini e dei prodotti agricoli e sui prodotti aromatizzati a base di vino - tocca tutti i temi principali del comparto: dalla gestione del potenziale alla regolazione dell'offerta, dalla promozione all'internazionalizzazione, dall'etichettatura ai dealcolati, con importanti novità in tema di enoturismo, gestione delle conseguenze del cambiamento climatico, fino alla sostenibilità". Un confronto costruttivo reso possibile dal nuovo clima di disponibilità all'ascolto da parte di istituzioni e politica europea, hanno voluto ricordare insieme Riccardo Ricci Curbastro (che ha parlato di "cambio di paradigma" da parte della politica europea) e Luca Rigotti, rimarcando quanto sottolineato dal Segretario del Ceev, Recarte, sul produttivo rapporto di dialogo imprese-politica-istituzioni che apre sotto i migliori auspici il percorso verso la nuova Pac ("dobbiamo trasferire le misure del "Pacchetto vino" nella Pac per renderle stabili", ha sottolineato Rigotti) dove però nessuno si nasconde o sottovaluta i rischi di un confronto che rimetterà al centro la necessità di difendere la specificità del settore vitivinicolo.

L'analisi giuridica delle normative sui principali temi del "Wine package" è stata al centro degli interventi degli esperti Ugivi, Filippo Moreschi, Dino Tedeschi, Elisa Pradella, Alessandra Zuccato e Gloria Trombini, che hanno illustrato le nuove norme in tema di gestione del potenziale e regolazione dell'offerta, competenze nell'enoturismo, riforma della disciplina dei vini dealcolati con un focus sull'istituto della società tra professionisti, una moderna forma di collaborazione tra agronomi e avvocati in grado di offrire un servizio integrato alle imprese vitivinicole. "Un insieme integrato di norme - ha voluto sottolineare Filippo Moreschi, vicepresidente Ugivi - che, al di là del valore dei contenuti specifici, introduce preziose disposizioni di armonizzazione delle normative, favorisce e incrementa l'azione regolatoria degli Stati membri, il contributo delle organizzazioni interprofessionali e dei gruppi di produttori, anche sotto il profilo dell'orientamento sui prezzi delle uve/mosti/vini sfusi destinati alle Do o alle Ig, introducendo disposizioni di maggior tutela dei consumatori".

Come detto, molto del dibattito attuale si concentra su temi come governo dell'offerta, progetti di sviluppo dei territori, ruolo dei consorzi, enoturismo e vini a basso grado alcolico. Luca Rigotti, dopo aver evidenziato la necessità di riproporre nella Pac la misura, non inserita nel Wine Package, del "carry over" (cioè la possibilità di trattenere in un apposito fondo dello Stato Membro le risorse non spese nell'esercizio precedente per destinarle alla gestione delle crisi), ha voluto leggere la nuova normativa europea come uno stimolo alla elaborazione, sul piano locale, di progetti e programmi di lungo periodo sui territori viticoli. "Il settore deve fare un salto di qualità culturale diventando protagonista di una nuova visione di sviluppo - ha detto Rigotti - costruendo progetti di crescita tarati sui diversi territori nell'ambito dei quali adottare gli strumenti di gestione del potenziale che il pacchetto vino ci mette a disposizione". Progetti portati avanti dai Consorzi di tutela, insieme alle Organizzazioni interprofessionali e agli enti locali (le regioni in particolare) "che devono anche rispondere alle esigenze di aggregazione e coordinamento delle realtà produttive e territoriali medio-piccole o dotate di minori risorse", ha rappresentato il presidente della cooperazione vinicola. Che ha aggiunto: "le misure emergenziali approvate ed incrementate dal Regolamento Europeo, come la distillazione, la vendemmia verde e l'estirpazione, infatti, se applicate secondo un approccio lineare ed omogeneo a livello nazionale, non possono rappresentare la soluzione della crisi per quei territori, e sono molti in Italia, che in termini economici, culturali, paesaggistici non hanno valide alternative alla viticoltura" (concetto già espresso nei giorni scorsi anche a WineNews).

L'esplicito, seppur non citato, richiamo alle ipotesi avanzate nei giorni scorsi di taglio orizzontale e generalizzato delle rese e blocco delle autorizzazioni, avanzate da una parte della filiera (Unione Italiana Vini), è stato ripreso anche da Riccardo Ricci Curbastro, che, prendendo le distanze da posizioni generalizzanti, ha ricordato la necessità di calibrare le misure adottate a livello locale, in quanto ogni territorio ha le proprie peculiarità e deve rispondere alle difficoltà ed alle sfide del momento in modo differente, con strategie diverse da area ad area. Riprendendo, poi, l'altro spunto lanciato da Rigotti a proposito della necessità di riorganizzare e aggregare le realtà produttive sui territori, il presidente dei consorzi europei è tornato sulla necessità di razionalizzare i servizi delle realtà consortili più piccole favorendone l'accorpamento (lavorando però in parallelo anche ad una revisione del sistema delle Do) per migliorarne l'efficacia e l'impatto, tanto più oggi che la crescita di responsabilità e competenze portata dalle recenti normative aggiunge nuova pressione organizzativa a queste strutture. Tra queste nuove competenze, Ricci Curbastro (richiamando la sua esperienza quale presidente di Equalitas) non poteva evitare il riferimento alla sostenibilità. "Per i Consorzi di tutela, dotarsi di certificazioni di sostenibilità, nelle loro diverse declinazioni Esg - ha detto - può essere la premessa indispensabile per una tutela collettiva ed integrata dell'ecosistema territoriale e di un nuovo rapporto con i consumatori di ogni età e livello, basato sulla buona reputazione e su vere pratiche di attenzione ambientale, sociale, di governance". L'allarme sulle difficoltà crescenti di gestione dei Consorzi di tutela, anche alla luce dei nuovi compiti e funzioni attribuite a queste realtà, è stato ripreso da Carlo Alberto Panont, direttore del Consorzio Garda Doc e della Valtenesi, che si è soffermato sul ruolo centrale dei Consorzi nel campo tradizionale della gestione della produzione e dell'offerta, della promozione, ma anche nelle nuove aree di azione come i servizi turistici o la sostenibilità. "I Consorzi, su cui precipitano nuovi compiti, hanno bisogno di implementare le competenze, le capacità e le professionalità - ha sottolineato Panont - servono quindi maggiori risorse o strutture di servizi organizzate di supporto, perché solo così i Consorzi potranno essere messi in grado di affrontare le nuove

sfide congiunte del cambiamento dei mercati, dell'aggiornamento dei disciplinari, anche per inserirvi eventuali norme di sostenibilità Esg, e l'evoluzione delle richieste da parte delle imprese". Mario Danesi, vice presidente di AsCoViLo - Associazione dei Consorzi di Tutela dei Vini Lombardi, invece, ha sottolineato l'importanza del riconoscimento dell'enoturismo quale attività strategica, come risposta al calo dei consumi ed alle turbolenze del mercato. Il turismo del vino, ha ricordato, è un asset economico capace di portare valore anche ad altri operatori del territorio (ristoranti, ospitalità, ecc.) purché si abbiano gli strumenti e le risorse per operare ed investire. "Ben vengano le risorse che l'Ue ha deciso di mettere in campo" ha sottolineato, che potranno supportare lo sviluppo di attrezzature produttive ma anche di accoglienza, di organizzazione territoriale (segnaletica, mobilità, collegamenti, accessibilità e mobilità sostenibile) e per implementare i servizi. Richiamando il progetto di portale Italiancellardoor.wine portato avanti da AsCoViLo con la professoressa ed esperta di enoturismo, Roberta Garibaldi, Danesi ha ricordato come gestire l'ospitalità comporti l'acquisizione di competenze specifiche, turistiche, digitali, di promozione e comunicazione che consentano, ad esempio, di monitorare i flussi, capire qual è la clientela e registrare le impressioni delle esperienze.
Last but not least, non poteva mancare l'approfondimento sul tema dei vini no-low, sia dealcolati (oggetto dell'intervento di analisi normativa di Alessandra Zuccato, Uiv) sia "a basso grado naturale" trattati da Stefano Sequino, direttore del Consorzio Doc delle Venezie. "La crescita costante del segmento no-low sui mercati mondiali e la pressione del cambiamento climatico sul potenziale alcolico delle uve - ha detto Sequino - rendono sempre più necessario individuare strumenti agronomici capaci di preservare l'equilibrio qualitativo e sensoriale dei vini e ottenere prodotti a bassa gradazione alcolica naturale attraverso specifiche pratiche colturali ed agronomiche, e non mediante processi meccanici di dealcolazione in cantina".
Il percorso di ricerca avviato dal Consorzio Doc delle Venezie con l'obiettivo di fornire ai produttori strumenti tecnici e scientifici che consentano di tutelare l'identità varietale e la tipicità territoriale del Pinot Grigio Doc delle Venezie, ma nel contempo ottenere vini di qualità a ridotto contenuto alcolico, "presenta un valore strategico in termini di opportunità di posizionamento e ulteriori margini di competitività in un mercato in costante evoluzione - ha sottolineato il direttore del Consorzio - ma oggi è diventato urgente arrivare a riconoscere, sotto il profilo normativo e merceologico, la specificità dei vini a bassa gradazione alcolica naturale, distinguendoli in modo chiaro dai vini dealcolati e parzialmente dealcolati. Si tratta infatti di una tipologia produttiva profondamente diversa, in cui la riduzione del contenuto alcolico deriva da scelte agronomiche e gestionali effettuate in vigneto, e non dall'impiego di successivi interventi tecnologici in cantina. Una distinzione sostanziale - ha concluso Sequino - che può aprire nuove opportunità per le imprese e che merita di essere adeguatamente valorizzata e comunicata anche nei confronti del consumatore".

https://winenews.it/it/il-pacchetto-vino-alla-sfida-della-pac-in-uno-scenario-che-cambia-sul-tavolo-della-filiera_595253/

DAL RICONOSCIMENTO AL VALORE: RAFFORZARE I GRUPPI DI PRODUTTORI DI IG IN TUTTA L'UE

(WORKSHOP A BRUXELLES PROMO SO DA GI SMART, AREPO, EFOW , INRAE E ORIGIN EU)

Il workshop di Bruxelles ha analizzato le sfide e le opportunità offerte dal nuovo Regolamento europeo sulle indicazioni geografiche, ponendo l'accento sul ruolo fondamentale delle autorità regionali nel favorire lo sviluppo territoriale. Attraverso il confronto tra rappresentanti nazionali e stakeholder di vari comparti, è emerso che, pur nella diversità dei modelli di governance europei, sussiste l'ambizione comune di potenziare l'azione collettiva e la resilienza del settore. In conclusione, i partecipanti hanno sottolineato che il solo riconoscimento legale è insufficiente, rendendo necessario dotare i gruppi di produttori di risorse, strutture di governo solide e competenze adeguate a garantire la creazione di valore e la sostenibilità a lungo termine.
https://efow.eu/accueil/

"DOVREMMO CERCARE DI RIUNIRE LE DENOMINAZIONI SOTTO UN NUMERO MINORE DI CONSORZI DI TUTELA"

(INTERVISTA AUDIO A PRESIDENTE FEDERDOC)

A WineNews, Giangiacomo Gallarati Scotti Bonaldi, presidente Federdoc: "la razionalizzazione delle denominazioni è un tema centrale e deve essere affrontato. Abbiamo tante denominazioni, ma non tutte riescono ad avere un valore aggiunto sui mercati, nella tutela o nella promozione. Dovremmo cercare di riunire le denominazioni sotto un numero minore di consorzi di tutela, che possono fare sinergie e svolgere meglio i loro compiti". Un percorso già in atto, con "Federdoc che è partita subito e alcuni territori che ci stanno lavorando. Questo sforzo, però, deve essere molto più diffuso".

https://winenews.it/it/dovremmo-cercare-di-riunire-le-denominazioni-sotto-un-numero-minore-di-consorzi-di-tutela_594201/

VINO, UIV: AD APRILE CALO RALLENTA GRAZIE A USA, BENE DOPO DIECI MESI

Migliora, ma rimane negativo, il trend delle esportazioni di vino italiano verso i Paesi extra-Ue nel primo quadrimestre di quest'anno, con una performance a valore a -8,5% (il trimestre aveva chiuso a -11%) sul pari periodo 2025, a oltre 1,36 miliardi di euro. A frenare la discesa ha contribuito soprattutto la domanda statunitense.
Secondo le elaborazioni dell'Osservatorio Uiv su dati ufficiali, ad aprile i valori commercializzati verso gli Usa hanno segnato una lieve inversione di rotta (+1,6%), dopo 10 mesi consecutivi di pesanti perdite. Il risultato porta il saldo del quadrimestre sul mercato americano a -15,4%, alleggerendo di cinque punti il passivo del solo primo trimestre (-20,5%). Una boccata d'os-

sigeno – rileva l'Osservatorio – che incide poco su un mercato ancora compresso, ma che può rappresentare un primo timido segnale di riequilibrio, a patto che si riattivino adeguatamente i consumi. Da luglio 2025 allo scorso aprile la contrazione per il vino italiano oltreoceano è stata del 20% e del 29% per quelli francesi.
"Negli Stati Uniti paghiamo le difficoltà congiunturali di dazi e debolezza del dollaro, ma anche il cambiamento ormai strutturale delle modalità di consumo. Quello americano rimane però di gran lunga il nostro primo mercato, sia allo stato attuale che in chiave prospettica: per questo è importante mantenere e preservare la decennale alleanza commerciale anche in vista del prossimo 24 luglio, quando l'amministrazione Usa definirà il nuovo quadro normativo delle tariffe" ha commentato il presidente di Uiv, Lamberto Frescobaldi, aggiungendo che "la politica e il commercio spesso parlano due lingue diverse ma sarà importante lavorare congiuntamente abbassando i toni e armonizzando una partnership fondamentale per noi e per loro".
Se l'export registra lievi segnali di recupero, lo stesso non si può dire per i consumi americani di vino. Secondo l'Osservatorio Uiv su base SipSource (piattaforma che misura i flussi della distribuzione verso i punti vendita americani), i primi 5 mesi si sono chiusi con un ulteriore gap generale dei volumi consumati dagli statunitensi, a -10,1%. L'Italia perde meno (- 7,3%), ma solo grazie agli spumanti (-2%) e segnatamente al Prosecco (+1,8%), mentre sfiora la doppia cifra la contrazione di bianchi e rossi. Tra i rossi, le eccezioni positive riguardano i segmenti tra i 20 e 30 dollari (prezzo alla distribuzione) e ancora di più in quelli compresi tra 30 e 50 dollari. Due fasce che complessivamente rappresentano il 13% delle vendite a volume di rossi italiani. In forte incremento (+20%) anche i bianchi in fascia premium tra il 16 e i 20 dollari, ma quantitativamente rappresentano solo il 5% della tipologia.

https://askanews.it/2026/06/23/vino-uiv-ad-aprile-calo-rallenta-grazie-a-usa-bene-dopo-10-mesi/

LA PRODUZIONE VINICOLA ITALIANA SI CONTRAE A SEGUITO DEL RALLENTAMENTO DELLA DOMANDA ESTERA.

Il settore vitivinicolo italiano sta registrando una contrazione nella produzione di vino imbottigliato, con un calo del 2,1% nel 2025 rispetto al 2024 e un ulteriore decremento del 5,4% nei primi cinque mesi del 2026. Questi dati, tratti dalla relazione annuale di Valoritalia presentata martedì 16 giugno a Roma, evidenziano un calo della domanda nei principali mercati internazionali dopo anni di ripresa post-pandemia.
Valoritalia, il più grande ente di certificazione italiano, certifica 219 denominazioni di origine e, con 37 sedi operative su tutto il territorio nazionale, copre oltre il 60% del vino di qualità prodotto in Italia. La sua analisi delinea un quadro delicato per il settore vitivinicolo italiano, evidenziando al contempo chiare differenze tra le categorie di prodotto, le dimensioni delle denominazioni e la struttura aziendale.
Nel 2025, i vini DOC e DOCG, che offrono un maggiore valore aggiunto, hanno registrato un incremento medio di quasi l'1%, mentre i vini IGT hanno subito un calo dell'11%. Francesco Liantonio, presidente di Valoritalia, ha sottolineato che questa tendenza è l'opposto di quella osservata nel 2024.
L'andamento è stato eterogeneo anche tra le diverse tipologie di vino. I vini spumanti hanno registrato un aumento dell'1,7%, i vini rosati del 5,7% e i vini bianchi fermi del 6,3%. Al contrario, i vini rossi hanno subito un calo di oltre il 13%, uno dei dati più eclatanti del rapporto presentato dall'organizzazione.
Il rapporto evidenzia inoltre diverse caratteristiche strutturali che influenzano direttamente il funzionamento della filiera vitivinicola italiana. Le denominazioni di medie e grandi dimensioni mostrano una maggiore capacità di resistere alle fasi di mercato difficili e registrano fluttuazioni meno marcate rispetto alla media generale. Al contrario, le micro-denominazioni risultano più vulnerabili alle variazioni della domanda.
Lo stesso schema si osserva nei consorzi di tutela del vino. Con l'aumento dei volumi commercializzati e della loro rappresentanza all'interno della filiera, migliorano la reattività e le prestazioni complessive di queste organizzazioni. Sulla base di questi dati, Valoritalia propone diverse linee d'azione per il futuro: rafforzare e consolidare i consorzi, adattare meglio le politiche pubbliche alle caratteristiche concrete delle imprese e rispondere all'evoluzione dei modelli di consumo senza perdere l'identità del vino italiano.
Liantonio ha richiamato l'attenzione sulla forte concentrazione ai vertici del settore. Le prime 15 denominazioni rappresentano l'81% dei volumi certificati, mentre i primi 14 consorzi ne coprono l'83%. Questa concentrazione è evidente anche tra le aziende imbottigliatrici: le prime cinque rappresentano quasi il 19% del volume totale, e le prime 40 superano il 55%. Al contempo, persiste una significativa frammentazione della produzione. Oltre il 75% delle aziende imbottiglia meno di 500 ettolitri all'anno. Per Valoritalia, questi dati confermano l'importanza delle piccole e medie imprese vinicole nel preservare la diversità produttiva e le radici territoriali del vino italiano.
Liantonio ha sostenuto che il settore deve fermarsi, analizzare i cambiamenti e imparare dai propri errori. A suo avviso, la sostenibilità sta acquisendo importanza come fattore che influenza sia la posizione di mercato delle aziende sia il loro accesso ai mercati esteri. Ha inoltre auspicato un intervento su due fronti: migliorare la competitività dell'intera filiera produttiva con politiche più adatte alla diversità aziendale e regionale e correggere la distribuzione dei margini di profitto, soprattutto nella distribuzione. Infine, ha sollecitato la risoluzione del problema della sovraccapacità produttiva legata alla riduzione dei consumi, una situazione che, a suo dire, persiste a livello internazionale da decenni.
Giuseppe Liberatore, CEO di Valoritalia, ha dichiarato che il settore sta attraversando una profonda transizione. A suo avviso, i dati provvisori per il 2026 mostrano una fragilità struttu-

rale più evidente nelle piccole imprese. Ha aggiunto che indicatori come il numero di campioni inviati ai laboratori o i volumi imbottigliati non indicano un rapido cambio di tendenza.
Liberatore ha sostenuto che la tecnologia consente ora ai consorzi di adottare misure più rapide per regolamentare l'offerta. Tra questi strumenti, ha citato Tessa, una piattaforma sviluppata in collaborazione con Microsoft ed Eos che integra sistemi avanzati di business intelligence per elaborare milioni di dati provenienti dai processi di certificazione in tempo reale. Ha affermato che questa piattaforma sarà presto in grado di incorporare modelli predittivi.
La sostenibilità è un tema centrale nell'analisi presentata a Roma. Uno studio di Nomisma Wine Monitor sul mercato vitivinicolo italiano e la sostenibilità, presentato da Denis Pantini, sostiene che questo fattore sta influenzando sempre più le decisioni dei consumatori e le strategie delle aziende vinicole. Pantini ha inoltre evidenziato come il nuovo quadro normativo europeo riconosca la sostenibilità come elemento integrante delle denominazioni di origine protetta (DOP) e di indicazione geografica protetta (IGP).
Pantini ha spiegato che l'interesse dei consumatori per questo aspetto rimane elevato, sia per quanto riguarda il prodotto in sé, sia per l'azienda e la regione di produzione. Ha inoltre sottolineato la sua influenza sulle attività legate al vino, come l'enoturismo: due italiani su tre considerano questo criterio importante nella scelta di una meta di vacanza.
In una fase difficile per le vendite, questa tendenza potrebbe avere ripercussioni sull'intero settore delle bevande alcoliche premium, poiché rafforza il valore commerciale delle certificazioni e può influenzare sia le scelte dei consumatori sia l'accesso alle catene di distribuzione internazionali.
Lo studio presentato da Nomisma indica il prezzo come principale criterio di acquisto, con l'83% delle preferenze, seguito dall'origine italiana al 74%. La sostenibilità si posiziona al terzo posto con il 68%, tredici punti percentuali in più rispetto al 2020. Pantini ha aggiunto che c'è margine di miglioramento perché, sebbene il 90% dei consumatori sappia cosa siano le sigle DOC, DOCG, IGT e biologico, meno di uno su due è in grado di identificare una specifica certificazione.
Secondo questa analisi, i consumatori sono disposti a pagare di più per il vino sostenibile rispetto al vino convenzionale. Associano questo tipo di prodotto al rispetto per l'ambiente, alla cura del territorio, alla sicurezza e ai controlli. Quando pensano alla sostenibilità applicata al prodotto, la collegano principalmente al non utilizzo o alla limitazione dell'uso di pesticidi; se si riferiscono all'azienda, la associano alla riduzione degli sprechi e dei consumi e alla sicurezza sul lavoro; e se si riferiscono al territorio, la associano alla tutela ambientale, al minore utilizzo di pesticidi e al minore consumo di acqua.
Pantini ha aggiunto che i consorzi e gli organismi di certificazione sono in cima alla lista degli attori considerati affidabili dai consumatori per promuovere queste pratiche. Paolo De Castro, presidente di Nomisma ed ex Ministro dell'Agricoltura italiano, ha affermato che la sostenibilità può essere una forza trainante per migliorare la qualità del vino italiano. Ha inoltre osservato che il nuovo regolamento europeo sulle indicazioni geografiche fornisce strumenti volontari per le denominazioni al fine di comunicare meglio le proprie buone pratiche e offrire maggiore trasparenza ai consumatori.
Giangiacomo Gallarati Scotti Bonaldi, presidente di Federdoc, ha affermato che il sistema italiano delle indicazioni geografiche sta attraversando una profonda evoluzione. Ha osservato che i consorzi stanno assumendo nuove responsabilità legate alla gestione dell'offerta, alla sostenibilità, alla digitalizzazione e all'enoturismo. Per adempiere a queste funzioni, ha auspicato una maggiore cooperazione tra i consorzi, lo scambio di competenze e servizi specializzati, investimenti tecnologici e risorse dedicate.
Gallarati Scotti Bonaldi ha inoltre auspicato una strategia nazionale che condivida gli obiettivi ma sia flessibile nell'attuazione. Ha osservato che, accanto alle grandi aziende esportatrici, operano migliaia di piccole e medie aziende vinicole, che rivestono un ruolo economico e culturale significativo nelle rispettive regioni. Ha anche proposto di sospendere le autorizzazioni per i nuovi impianti, poiché l'aumento annuo dell'1%, pari a circa 6.000-7.000 ettari all'anno, non sembra necessario in questo momento. A suo avviso, è consigliabile attendere e osservare l'evoluzione del mercato prima di prendere ulteriori decisioni.
Il presidente di Federdoc ha inoltre ribadito la necessità di razionalizzare le strutture. L'Italia conta 529 denominazioni e, a suo avviso, non tutte sono adeguate, così come non lo sono tutti gli attuali consorzi. Pertanto, ha auspicato fusioni e accorpamenti per aumentare l'efficienza ed evitare la dispersione delle risorse. Riguardo a misure come l'estirpazione agevolata dei vigneti, attuata in Francia per bilanciare domanda e offerta, ha espresso riserve qualora ciò comporti il dirottamento di fondi destinati alla promozione o agli investimenti.
Un altro punto del dibattito si è concentrato su Equalitas, uno dei protocolli privati più diffusi per la certificazione della sostenibilità nel settore vitivinicolo. Il suo presidente, Riccardo Ricci Curbastro, ha spiegato che il suo sviluppo si basa su tre pilastri: un approccio olistico alla filiera produttiva, rigore scientifico e affidabilità internazionale. Ha aggiunto che si tratta dell'unico protocollo privato coinvolto nella definizione dello standard pubblico italiano per la sostenibilità nel settore vitivinicolo.
Ricci Curbastro ha affermato che Equalitas conta già circa 500 aziende certificate e oltre 300 in fase di certificazione. Insieme, rappresentano circa il 20% della produzione vinicola italiana. Ha inoltre confermato la presenza di aziende certificate anche in Spagna e nei paesi del Nord Europa. Secondo la sua valutazione, questa certificazione facilita l'accesso ai mercati esteri, la partecipazione a gare d'appalto internazionali e la riduzione dei controlli.
Liantonio ha inoltre insistito sul fatto che la sostenibilità non può limitarsi alla sfera ambientale. Ha affermato che deve comprendere anche le dimensioni economiche e sociali, tra cui l'equa distribuzione del reddito lungo l'intera catena di approvvigionamento e il rispetto per i lavoratori.
Letizia Cesani, direttrice regionale di

Coldiretti Toscana ed ex presidente del Consorzio della Vernaccia di San Gimignano, ha affermato che le certificazioni legate al turismo sostenibile o alle comunità sostenibili possono contribuire ad aumentare il volume delle attività agricole. Tuttavia, ha avvertito che tali certificazioni spesso si rivelano oneri burocratici senza un sufficiente ritorno economico se non accompagnate da un'adeguata promozione presso i consumatori.
Cesani ha auspicato investimenti significativi per accrescere la visibilità di queste etichette e coinvolgere le autorità locali. A suo avviso, solo in questo modo i consumatori potranno riconoscerne il valore aggiunto e integrarlo nelle proprie decisioni di acquisto.
Giuseppe Blasi, responsabile del Dipartimento Politiche Europee e Internazionali e Sviluppo Rurale presso il Ministero dell'Agricoltura e delle Politiche Agricole, ha auspicato maggiori investimenti nella comunicazione per trasmettere al mercato l'idea che l'Italia produce vini all'avanguardia dal punto di vista ambientale. Allo stesso tempo, ha riconosciuto che, nonostante il lavoro svolto finora, manca ancora un sistema di certificazione unico e ha ammesso che diversi schemi hanno preso piede mentre il processo di certificazione era ancora in corso.

https://www-vinetur-com.translate.goog/20260617102816/italys-quality-wine-bottlings-fell-again-in-early-2026.html?_x_tr_sl=auto&_x_tr_tl=it&_x_tr_hl=it

REPORT VALORITALIA 2026: CALANO GLI IMBOTTIGLIAMENTI, CRESCE IL PESO DELLA SOSTENIBILITÀ. LE STRATEGIE PER AFFRONTARE LA CRISI DEI CONSUMI

Rallenta la domanda sui mercati internazionali. Lo studio fotografa un settore in trasformazione, dove gestione dell'offerta e strumenti di analisi diventano leve necessarie per la competitività delle denominazioni e delle imprese. Liantonio: "In un momento di forte instabilità dobbiamo fermarci, analizzare i cambiamenti e imparare dagli errori"
Il vino italiano attraversa una fase complessa, segnata dal rallentamento della domanda sui mercati internazionali e da cambiamenti strutturali nei consumi. In questo scenario, sostenibilità, capacità di leggere tempestivamente i dati e strumenti di governo dell'offerta diventano fattori decisivi per la competitività delle denominazioni e delle imprese. È quanto emerso dalla presentazione dell'Annual Report 2026 di Valoritalia, l'unico ente di certificazione che ogni anno fornisce una fotografia completa del vino di qualità italiano.
L'incontro, ospitato all'Hotel Sina Bernini Bristol di Roma, ha riunito rappresentanti delle istituzioni, dei Consorzi di tutela e del mondo della certificazione per approfondire i temi della sostenibilità, dell'evoluzione normativa e delle prospettive del comparto.
I numeri del settore
Le analisi di Valoritalia evidenziano una contrazione degli imbottigliamenti del 2,1% nel 2025 rispetto all'anno precedente, seguita da un ulteriore calo del 5,4% nei primi cinque mesi del 2026.
L'andamento risulta però differenziato tra le diverse categorie. Nel 2025 i vini Doc e Docg hanno registrato una crescita media intorno all'1%, mentre gli Igt hanno segnato una flessione dell'11%. Positivo il trend di spumanti (+1,7%), rosati (+5,7%) e vini bianchi fermi (+6,3%), mentre i vini rossi hanno registrato una contrazione superiore al 13%.
Dall'analisi emerge inoltre una maggiore capacità di tenuta delle denominazioni di dimensioni medio-grandi rispetto alle micro-denominazioni, più esposte alle oscillazioni della domanda. Analoga dinamica riguarda i Consorzi di tutela: all'aumentare della rappresentatività della filiera e dei volumi commercializzati migliorano capacità di risposta e performance complessive.
Tra le priorità strategiche indicate figurano il rafforzamento e l'aggregazione dei Consorzi di tutela, la differenziazione delle politiche pubbliche in funzione delle caratteristiche delle imprese e la capacità di adattarsi all'evoluzione dei consumi senza perdere identità e valore territoriale.
Il patrimonio informativo di Valoritalia
Con 219 denominazioni certificate e 37 sedi operative sul territorio nazionale, Valoritalia certifica oltre il 60% del vino di qualità prodotto in Italia.
Questo patrimonio di dati entra oggi in una nuova fase grazie a Tessa, la piattaforma sviluppata con Microsoft ed EOS che integra strumenti avanzati di Business Intelligence per elaborare in tempo reale milioni di informazioni provenienti dai processi di certificazione e supportare le decisioni di Consorzi, imprese e istituzioni.
Le parole di Liantonio
Nel corso del suo intervento, il presidente di Valoritalia Francesco Liantonio ha evidenziato alcune caratteristiche strutturali della filiera. Le prime 15 denominazioni rappresentano l'81% dei volumi certificati, mentre i primi 14 Consorzi di tutela ne coprono l'83%. Sul fronte delle imprese imbottigliatrici, le prime cinque aziende concentrano quasi il 19% dei volumi complessivi e le prime quaranta superano il 55%.
A questa concentrazione si affianca una forte frammentazione produttiva: oltre il 75% delle aziende imbottiglia meno di 500 ettolitri all'anno. "In un momento di grandi sfide e di forte instabilità – ha detto Liantonio – dobbiamo fermarci, analizzare i cambiamenti e imparare dagli errori. La sostenibilità sta assumendo un ruolo sempre più centrale, diventando un fattore determinante sia per la competitività delle imprese sia per l'accesso ai mercati internazionali. Allo stesso tempo però, dovremmo agire su un doppio binario: da un lato è necessario rendere più competitiva la filiera con politiche meglio attrezzate per cogliere le innegabili diversità che attraversano la nostra filiera, che sappiano cioè interpretare i differenti bisogni di imprese e territori; dall'altro, dobbiamo trovare le giuste modalità per riequilibrare la ripartizione dei margini economici, soprattutto lungo la catena distributiva, e affrontare con coraggio il tema della sovracapacità produttiva, conseguenza di una contrazione dei consumi che si manifesta ormai da decenni a livello globale".
L'analisi di Valoritalia
Il direttore generale Giuseppe Liberatore ha sottolineato come il settore stia vivendo una fase di profonda transizione. "Se nel 2025 – spiega – gli imbottigliamenti hanno registrato una contrazione del 2,1%, i dati provvisori relativi ai primi cinque mesi del 2026 indicano un'ulteriore flessione del 5,4%, evidenziando una fragilità

strutturale soprattutto nelle realtà più piccole. Che il momento sia oggettivamente delicato lo confermano tutti gli indicatori che abbiamo preso in esame – dal numero di campioni inviati ai laboratori ai volumi imbottigliati – e che non fanno pensare ad una rapida inversione di tendenza. Grazie alla tecnologia però, i Consorzi hanno oggi la possibilità di adottare misure tempestive per regolare l'offerta, senza dover scontare quei ritardi nella disponibilità di informazioni che fino a ieri ne limitavano l'efficacia".

Lo studio Nomisma

Nel corso dell'evento Denis Pantini, responsabile Agroalimentare di Nomisma, ha presentato la ricerca "Scenario di mercato e ruolo della sostenibilità per la crescita del vino italiano".

Lo studio evidenzia come la sostenibilità stia assumendo un ruolo sempre più rilevante nelle scelte dei consumatori e nelle strategie dei Consorzi di tutela, anche alla luce del nuovo quadro normativo europeo che la riconosce come elemento integrante delle denominazioni Dop e Igp.

"In uno scenario di mercato del vino dominato dall'incertezza, l'attenzione del consumatore verso la sostenibilità resta alta, sia nei confronti del prodotto che dell'azienda che del territorio di produzione. Si tratta di un valore ricercato anche in ambiti direttamente collegati al vino come nel caso dell'enoturismo, tanto che due italiani su tre la reputano importante anche nella scelta della meta delle proprie vacanze, confermando una volta di più il ruolo strategico che la sostenibilità può esprimere per l'intera filiera vitivinicola italiana".

Le dichiazioni

Così Paolo De Castro, presidente di Nomisma: "La sostenibilità può rappresentare una leva di crescita per il vino italiano di qualità. Il nuovo Regolamento europeo sulle Indicazioni Geografiche prevede strumenti volontari che consentono alle denominazioni di raccontare e valorizzare le buone pratiche già diffuse nelle nostre filiere vitivinicole. Certificare questi percorsi significa offrire maggiore trasparenza al consumatore e rafforzare il posizionamento competitivo delle produzioni certificate sui mercati globali".

Letizia Cesani, presidente di Coldiretti Toscana, ha affermato: "Le certificazioni di turismo sostenibile o di comunità o territori sostenibili, potrebbero sicuramente essere un efficace strumento per accrescere il giro d'affari per le imprese agricole, ma ciò che manca veramente alle certificazioni, che spesso si riducono ad essere aggravi burocratici per le aziende senza il giusto riconoscimento economico, è una adeguata promozione delle certificazioni stesse, e dei loro marchi, nei confronti del consumatore, così che possa fare una scelta di consumo consapevole riconoscendo anche il giusto valore aggiunto all'impresa che ha scelto di certificarsi".

Per Giangiacomo Gallarati Scotti Bonaldi, presidente di Confagricoltura Veneto, "il sistema delle Indicazioni Geografiche italiane sta vivendo una fase di profonda evoluzione. Ai Consorzi di Tutela vengono affidate nuove responsabilità che vanno dalla gestione dell'offerta alla sostenibilità, dalla digitalizzazione all'enoturismo. Per svolgere efficacemente queste funzioni occorrono strumenti adeguati, maggiore cooperazione tra Consorzi, condivisione di competenze e investimenti nella digitalizzazione. La competitività del vino italiano si fonda sulla valorizzazione delle differenze".

Riccardo Ricci Curbastro, presidente di Equalitas, chiude così: "Equalitas ha costruito il proprio successo su tre elementi chiave: l'approccio di filiera, il rigore scientifico e l'affidabilità internazionale. Grazie al riconoscimento ottenuto presso retailer internazionali e monopoli del Nord Europa e del Canada, oggi offre alle aziende vantaggi concreti in termini di accesso ai mercati e partecipazione ai tender internazionali. Circa 500 aziende sono già certificate e oltre 300 sono in fase di certificazione, per un totale che rappresenta circa il 20% della produzione vinicola italiana".

https://www.cronachedigusto.it/scenari/vino-italiano-crisi-consumi-sostenibilita-dati-annual-report-valori-talia-2026/

"IN QUESTA DIFFICILE FASE DEL VINO, SERVE RESPONSABILITÀ".

FEDERDOC NON ESCLUDE IL RICORSO AGLI ESTIRPI DEI VIGNETI

Tutti gli attori della filiera vitivinicola devono «assumersi le proprie responsabilità» di fronte all'attuale fase di mercato. Giangiacomo Gallarati Scotti Bonaldi, presidente di Federdoc, interviene con un appello collettivo sulla necessità per l'Italia vitivinicola di un taglio alle produzioni in vista della prossima raccolta. La fase è delicata, come è stato sottolineato sul settimanale Trebicchieri del Gambero Rosso dell'11 giugno.

In vista del prossimo raccolto, i Consorzi delle Dop, stretti tra una serie di difficoltà che vanno dai dazi Usa al calo delle vendite in Gdo, hanno intrapreso letteralmente una corsa contro il tempo per evitare la sovrapproduzione e pericolosi squilibri domanda-offerta. Alcune sigle sindacali, come Unione italiana vini, preoccupate di fronte a un mercato del vino saturo hanno avanzato nelle scorse settimane delle proposte concrete su cui basare la discussione al Tavolo vino ministeriale, appellandosi a un patto di filiera. Il Masaf, dal canto suo, è chiamato a fare una necessaria sintesi delle posizioni della base produttiva (grandi gruppi industriali, piccole imprese private, società cooperative), col ministro Francesco Lollobrigida che si è detto aperto a ogni ricetta possibile a patto che ci sia unanimità.

Intervenire su Dop ma anche sui vini generici

«Gli enti di tutela – secondo il presidente Bonaldi – devono continuare a svolgere un ruolo centrale nella gestione del potenziale produttivo delle Dop, attraverso una più puntuale definizione delle rese produttive e l'adozione degli strumenti di gestione previsti dalla normativa (Il Testo unico del vino; ndr), per adeguare l'offerta alle reali dinamiche della domanda e contrastare gli squilibri determinati dalle eccedenze». Questo però non basterebbe a sanare il problema: «Parallelamente, è necessario intervenire – sottolinea – anche sul comparto dei vini generici, rivedendo le deroghe oggi esistenti in materia di rese e introducendo efficaci sistemi di controllo e sanzione per gli operatori

che non rispettano i limiti stabiliti».
Un tema, questo, su cui la filiera vitivinicola nazionale si interroga da anni e che è tornato in auge nei mesi scorsi dopo la scelta del Tavolo vino dell'Abruzzo di adeguare al rialzo (e parificarla a quella delle regioni confinanti) la resa dei vini generici, per soddisfare le richieste del mercato dei vini da tavola sia italiano sia straniero.
Ok a estirpi volontari ma solo ad alcune condizioni
Poi l'apertura di Federdoc agli espianti, che in Francia sono ampiamente utilizzati. «Guardiamo con favore – afferma il presidente Bonaldi – a programmi di estirpazione volontaria di lungo periodo, accompagnati dall'impegno a non reimpiantare le superfici interessate, nelle aree meno competitive o caratterizzate da condizioni produttive marginali». Secondo la Confederazione nazionale dei consorzi volontari per la tutela delle Dop dei vini italiani, si tratta di misure che «possono contribuire a riequilibrare strutturalmente il potenziale produttivo nazionale, ma devono essere sostenute – conclude il presidente – attraverso risorse nazionali dedicate, senza gravare sui fondi Ocm, che devono continuare a finanziare competitività, investimenti, innovazione e promozione delle Ig sui mercati».

https://www.gamberorosso.it/notizie/vino/crisi-vino-ricetta-federdoc-riduzione-rese-estirpi/

GUERRE, DAZI E GIACENZE: TREMA IL MONDO DEL VINO PIEMONTESE (VIDEO)

A poche settimane dalla vendemmia, le cantine piemontesi affrontano una grave crisi di giacenze con vasche ancora piene a causa di guerre, dazi e mercati bloccati. La situazione colpisce in particolare i 450 produttori del Consorzio del Barbera d'Asti, costretti a valutare entro luglio la distillazione delle eccedenze in alcol o la riduzione della prossima produzione tramite diradamenti. Di fronte a questa emergenza, la politica si muove con la richiesta del Partito Democratico di un Consiglio regionale straordinario, nonostante i dati del primo trimestre 2026 mostrino un segnale positivo con l'export piemontese in crescita dello 0,5% in controtendenza rispetto al calo nazionale dell'8,2%.
Nel servizio le interviste a Filippo Mobrici, vicepresidente Federdoc; e Lorenzo Giordano, vicepresidente Consorzio Barbera d'Asti

https://www.rainews.it/tgr/piemonte/video/2026/06/guerre-dazi-e-giacenze-trema-il-mondo-del-vino-piemontese-c658c023-b268-4a92-90e6-7e9354776e36.html

VINO ITALIANO, LE SCORTE RESTANO ALTE (+5,4% SUL 2025), MA SCENDONO SOTTO I 50 MILIONI DI ETTOLITRI

Il "surplus" rispetto al 2025, in percentuale, rimane stabile sui mesi precedenti, con giacenze di vini che al 31 maggio 2026 sono a +5,4% sulla stessa data 2025. Ma le scorte di cantina in Italia scendono sotto la soglia dei 50 milioni di ettolitri, fermandosi a 49,1 milioni di ettolitri (a cui vanno, però, aggiunti 4,2 milioni di ettolitri di mosti, +37,4%, e 6.486 ettolitri di vino nuovo ancora in fermentazione, -6,5%) - comunque, più di una vendemmia media - secondo i dati dell'ultimo bollettino di "Cantina Italia", redatto dall'Icqrf sulle base dei registri telematici di cantina.
Per il resto, poco cambia: il 56,4% del vino è detenuto nelle regioni del Nord, prevalentemente nel Veneto, ed il 54,6% del vino detenuto è a Dop, il 26,1% a Igp (con 20 tra Dop e Igp, su 523, che mettono insieme il 58% del totale delle giacenze), i vini varietali costituiscono appena l'1,7% del totale, ed il 17,7% è rappresentato da altri vini. Con il Prosecco Doc che, da solo, vale il 10,5% delle scorte di cantina del vino italiano (4,1 milioni di ettolitri), davanti alle Igp Puglia (1,79) e Toscana (1,64), al Chianti Docg e all'Igp Terre Siciliane (1,31 milioni di ettolitri a testa), alla Doc delle Venezie, alla Doc Sicilia, al Montepulciano d'Abruzzo, all'Igp Salento e all'Igp Veneto (tutte con oltre 1,2 milioni di ettolitri a testa in giacenza).
Numeri che, nel complesso, continuano a raccontare di un mercato del vino rallentato, mentre la vendemmia 2026 continua ad avvicinarsi.

https://winenews.it/it/vino-italiano-le-scorte-restano-alte-54-sul-2025-ma-scendono-sotto-i-50-milioni-di-ettolitri_593931/

CORSA CONTRO IL TEMPO PER TAGLIARE LA PRODUZIONE DI VINO. LE INIZIATIVE (SOLITARIE) DELLE DOP PRIMA DELLA VENDEMMI

Si avvicina rapidamente la vendemmia 2026 e l'Italia deve necessariamente produrre meno vino dello scorso anno. L'export è negativo, spinto anche dall'effetto dei dazi negli Usa, i consumi interni tra ristorazione e grande distribuzione non ingranano e manca una strategia istituzionale di lungo periodo per controllare i volumi.
Come se non bastasse, non c'è ancora unanimità tra le associazioni di categoria: se Uiv ha approvato un pacchetto di misure da discutere al Tavolo vino del Masaf, Federvini sembra più propensa insistere sul potenziamento della promozione senza passare per il contenimento dell'offerta. Resta anche il tema controverso degli estirpi, su cui non appare contraria Federdoc ma con l'impegno a non reimpiantare sulle stesse superfici. Su quest'ultima misura, su cui la Francia sta facendo ampio affidamento, il ministro dell'Agricoltura Francesco Lollobrigida ha anche mostrato recenti aperture qualora tutto il Tavolo del vino fosse d'accordo.
Contro un mercato saturo, le opzioni sul campo sono offerte dal Testo unico, ma rispetto a un 2025 in cui prevalse la riduzione delle rese, sono più forti le voci che nel 2026, grazie alle regole del Pacchetto vino Ue, chiedono alle istituzioni lo stop alle nuove autorizzazioni. Misure più restrittive, quindi, e giro di vite contro una crisi incalzante che sta coinvolgendo grandi e piccoli imprenditori. I Consorzi che riuniscono le imprese si stanno muovendo in modo non coordinato, nel tentativo di porre un freno al circolo vizioso "vendite negative-incremento di giacenze" soprattutto di vini Dop, che sia ad aprile sia a maggio risultano particolarmente sostenute. Diverse le modalità di intervento: riduzione delle rese per ettaro, sospensione temporanea delle rivendicazioni a Dop, vendemmia verde, stoccaggio,

riserva vendemmiale. Da nord a sud, le grandi Dop moltiplicano le assemblee e i consigli di amministrazione per pianificare l'annata. Ecco cosa si è deciso e quali i piani futuri.

Lo stop alle autorizzazioni dei nuovi vigneti

La Docg Franciacorta ha messo le mani avanti, tracciando coraggiosamente la strada, con la richiesta avanzata ad aprile alla Regione Lombardia per lo stop ai nuovi impianti viticoli per il triennio 2026-2028, dopo aver ottenuto a gennaio un importante via libera, con decreto Masaf, per lo stop alle autorizzazioni di nuovi impianti in tutto l'areale della Docg bresciana per la vendemmia 2026.

Il Soave dimezza la superficie vitate

Riorganizzazione anche per il Soave, l'assemblea del Dop veronese ha appena approvato un pacchetto di misure per garantire competitività sui mercati, nonostante il +3% dell'imbottigliato registrato nel 2026. Ad ampia maggioranza, sono state varate nuove regole che interessano i viticoltori: dovranno decidere da subito quali saranno le parcelle da destinare alla Doc Soave e quali ad altre produzioni. Ma soprattutto, per le prossime tre campagne vendemmiali, ogni produttore dovrà dimezzare (taglio del 50%) la propria superficie vitata potenzialmente rivendicabile a Doc, riducendo contestualmente le rese in vigna. L'idea del Consorzio ha ottenuto il via libera dalla Regione Veneto. Il presidente consortile Cristian Ridolfi parla di «naturale evoluzione di un percorso che punta a rendere la denominazione più tonica e virtuosa, rispetto alla legge aurea della domanda e dell'offerta. Nel medio-lungo periodo – sostiene – ne beneficeranno produttori e consumatori».

In Abruzzo misure più restrittive del 2025

Il cda del Consorzio Vini d'Abruzzo, riunito nei giorni scorsi, ha scelto per la campagna 2026/27 una combinazione di opzioni offerte dall'articolo 39 del Testo unico, applicate già dal 2023: abbassamento delle rese in vigna (135 quintali rivendicabili a Doc Montepulciano d'Abruzzo dai 150 del 2025) e bloccaggio (25 quintali/ettaro). Una linea più severa e restrittiva di un anno fa, alla luce di un raccolto 2026 che si preannuncia di buona quantità, a fronte di giacenze sostenute (circa 1,3 mln di ettolitri ad aprile 2026).

La misura dovrà essere discussa e approvata dell'Assemblea dei soci e ottenere l'ok del Tavolo verde in Regione. Nel medio termine, come in Franciacorta, si guarda a misure più impattanti, come si apprende dall'ente presieduto da Alessandro Nicodemi. Tra le ipotesi allo studio, c'è sia la richiesta di blocco dell'iscrizione al catasto dei vigneti a Montepulciano (schedario) sia lo stop ai nuovi impianti viticoli. Ma per questo si dovrà attendere.

Stoccaggio obbligatorio per il Lambrusco Igt Emilia

L'areale vasto del Lambrusco Igt Emilia (cento milioni di bottiglie annue in media, con la fascetta di Stato a partire dal primo agosto 2025) sta valutando se anche per il 2026 introdurre una misura di contenimento delle produzioni. Un anno fa, il Consorzio tutela vini Emilia presieduto da Davide Frascari, alla luce di rese per ettaro che toccano i 290 quintali, aveva previsto lo stoccaggio obbligatorio per le produzioni eccedenti i 250 quintali. Per l'imminente vendemmia 2026, il consiglio di amministrazione dell'ente sta valutando se applicare un'analoga misura

Nel Chianti Docg resta il taglio della produzione del 20%

Nonostante una diminuzione degli stock di circa centomila ettolitri, per il Chianti Docg dovrebbero restare in vigore le misure prese un anno fa: taglio del 20% del potenziale produttivo, con rese da 110 a 88 quintali per ettaro, e riduzione del 10% per la versione Superiore. Questa la proposta del Cda all'assemblea in programma questo mese, col nodo aperto della destinazione – tutto da discutere – dei quantitativi di uve che vanno oltre gli 88 quintali. «Il mercato è complessivamente fermo – osserva il presidente Giovanni Busi di ritorno da un tour nei mercati asiatici – ma si potrà ripartire quando il quadro geopolitico si ristabilizzerà. L'importante è uscire dall'incertezza».

Sull'ipotesi estirpi, Busi è scettico e rileva che con un vigneto Chianti sostanzialmente invariato e un tessuto di imprese che dal 2015 a oggi si è concentrato (mille aziende in meno, da 3.500 a 2.500), sarebbe più opportuno consentire nuovamente la vendita dei diritti di impianto, abolita dal 2016 in Ue: «Perché – si chiede con tono tra il serio e il provocatorio – estirpare pagando appena 4mila euro a ettaro come in Francia? Liberalizziamo il mercato, consentendo a chi vuole aumentare le superfici di acquistare vigneti e valorizzarli a prezzi superiori».

In Valpolicella l'elemento nuovo è lo stoccaggio

Il Consorzio Tutela Vini Valpolicella ha trasmesso il 5 giugno 2026 alla Regione Veneto la richiesta di conferma e rafforzamento delle misure di gestione produttiva. Diversi i punti: taglio della resa massima rivendicabile a Do da 12 a 10 tonnellate/ettaro per Valpolicella, Valpolicella Ripasso, Amarone della Valpolicella e Recioto della Valpolicella; applicazione del supero produttivo massimo del 20% sulla resa ridotta di 10 t/ha e non sulla resa disciplinare di 12 t/ha; destinazione obbligatoria a vino da tavola dell'eventuale supero produttivo consentito; riduzione delle quantità massime di uva certificabile per Amarone e Recioto.

Per la prima volta, si sceglie lo stoccaggio di una quota della produzione destinata alle Doc Valpolicella, per adeguare l'offerta al mercato nei mesi successivi alla vendemmia. «In un contesto internazionale di contrazione dei consumi e forte incertezza economica e geopolitica, abbiamo ritenuto necessario proporre misure di contenimento e di gestione ancora più puntuali», dichiara il riconfermato presidente Christian Marchesini. Non per ridurre la capacità produttiva, ma governarla in modo sostenibile e «garantendo adeguata redditività alle imprese».

Dal 2010, in Valpolicella sono stati introdotti strumenti di controllo, che vanno di pari passo con investimenti in promozione. Motivo per cui il presidente Marchesini si dice «personalmente contrario all'estirpo come strumento di gestione del mercato. Un territorio come il nostro – sottolinea – deve rispondere alle difficoltà con politiche di valorizzazione e non con la riduzione del proprio patrimonio viticolo».

Barbera d'Asti Docg verso la sospensione dei nuovi impianti

Entro metà luglio, il Consorzio Barbera d'Asti e vini del Monferrato dovrà scegliere tra il taglio delle rese o la riserva vendemmiale. Giacenze mag-

giori del passato, come spiega il neo presidente Filippo Mobrici, obbligano a ragionare sul breve e medio termine con vari strumenti: «Nel medio periodo, a livello nazionale occorre dar vita a un piano strategico quinquennale da proporre al Masaf e condividere con l'intera filiera, che passi per il blocco temporaneo (dall'1% allo zero per cento) delle autorizzazioni per nuovi impianti. Assieme a questo, i Consorzi devono chiedere la sospensione delle autorizzazioni per nuovi impianti viticoli. E noi per la Barbera d'Asti lo stiamo facendo». Non solo: occorre stabilire a livello nazionale un termine non prorogabile, come invece accade ora, per la dichiarazione vendemmiale «in modo da avere certezza del dato produttivo». Inoltre, bisogna agire sul declassamento: «Ma la norma dovrebbe consentire il passaggio da Docg a Doc o da Doc ad altra Doc di ricaduta indicando un tempo massimo entro cui questa operazione si possa fare».
L'idea dell'estirpo è remota ma non impossibile: «Non siamo d'accordo a un intervento su larga scala, anche se – spiega Mobrici – si potrebbe ragionare su un espianto selettivo per alcuni vigneti marginali». Il Consorzio piemontese, che sta dialogando con la Regione per dare sostegno alle imprese e ridurre le giacenze in funzione anti-crisi, chiede anche il potenziamento delle azioni promozionali.

L'Asti Docg cerca un'intesa per ridurre i volumi 2026
Il Consorzio dell'Asti Docg ha tenuto nei giorni scorsi un Cda per discutere le strategie del 2026. Lo scorso anno, per la Dop piemontese le rese scesero a 90 quintali per ettaro, di cui 5 quintali destinati a stoccaggio. Per ora, si apprende dal Consorzio, non è stata decisa la percentuale di abbassamento dei volumi, ma l'orientamento sembra questo. Bisognerà trovare l'intesa coi sindacati di categoria. In mancanza di un accordo si produrrà secondo disciplinare (95 quintali/ettaro), per poi andare in trattativa diretta sul mercato tra acquirenti e venditori. Il clima tra viticoltori e industrie è caldo. Nonostante l'export rilevi un +20% in valore nel trimestre 2026, l'Asti Docg è atteso da un incontro in Regione Piemonte con tutti gli stakeholder della filiera del moscato, per capire se ci sarà spazio per forme di aiuto istituzionale alle imprese in difficoltà.
Anche il Brunello di Montalcino scende a 70 quintali per ettaro
Taglio delle rese anche per il Brunello di Montalcino. Scelta annunciata a fine maggio dall'ente senese, con la conferma del passaggio da 80 a 70 quintali, escluso il primo ettaro, come già accaduto per il 2025. «Un provvedimento necessario per mantenere l'equilibrio e il posizionamento di fronte a una situazione congiunturale difficile», secondo il presidente Giacomo Bartolommei. I dieci quintali rimanenti e derivanti dalla riduzione delle rese potranno essere destinati alla produzione di Rosso di Montalcino o di Sant'Antimo. Mentre resterà invariata la resa per ettaro del Rosso di Montalcino d'annata, fissata a 90 quintali.
Nessun limite per la Doc Prosecco
Le bollicine veneto friulane del Prosecco Doc (con in tasca il record di 667 milioni di bottiglie nel 2025) al momento non prevedono alcuna riduzione delle rese per la campagna 2026, si apprende dal Consorzio presieduto da Giancarlo Guidolin. Il lieve calo dell'export dei primi cinque mesi 2026 è dovuto a un confronto con un 2025 in cui molti Paesi avevano fatto scorte per il difficile contesto internazionale, a cominciare dai dazi Usa. Resta in vigore nel 2026 il blocco degli impianti a glera, il cui potenziale è di quasi 25mila ettari modulabile grazie alla cosiddetta disciplina dell'attingimento, che ha consentito dal 2011 in poi di adeguare (integrandola al rialzo) la capacità produttiva della Doc alle esigenze del mercato. Tra 2020 e 2025, in media 6mila ettari annui. Nessuno stoccaggio previsto per ora. Se ne potrà discutere, probabilmente, nel prossimo Cda di luglio.

Linea prudente di Pinot Grigio Delle Venezie e Manduria Doc
Per la campagna 2026, la Doc Pinot Grigio Delle Venezie ha scelto di ridurre la resa massima di uva (160 quintali/ettaro), con 30 quintali che andranno a stoccaggio amministrativo. Un percorso di «gestione programmata del potenziale produttivo», come fa sapere l'ente guidato da Luca Rigotti che in questi anni ha consentito a questa super Doc (da 1,7 milioni di ettolitri, 27mila ettari e 230 milioni di bottiglie) di consolidare valore e posizionamento all'estero.
In Puglia, il Consorzio di tutela del Primitivo di Manduria guidato da Novella Pastorelli mantiene la linea prudente con la decisione presa un anno fa di fermare le iscrizioni allo schedario viticolo della denominazione di nuove superfici vitate fino al 2030. «Provvedimento che non riguarda espianti e reimpianti di vigneti già esistenti ma solo vigneti nuovi», mantenendo così inalterato il potenziale produttivo della di Doc e Docg.
In Sicilia, 7 milioni di euro dalla Regione per la vendemmia verde
In attesa di conoscere cosa farà la Doc Sicilia e considerando che per la Doc Etna (verso 6 milioni di bottiglie nel 2026 dopo un +6% nel 2025), vige la sospensione temporanea delle iscrizioni di nuove superfici di vigneti fino al luglio 2027, la Regione Siciliana ha stanziato 7 milioni di euro a favore di quasi 1.200 produttori vitivinicoli che riceveranno contributi per la vendemmia verde. Finanzieranno l'eliminazione totale dei grappoli non ancora giunti a maturazione, azzerando la resa della superficie coltivata a vite. L'obiettivo è riequilibrare il mercato in zone viticole con eccedenze in particolari annate, lasciando inalterato il potenziale di produzione. Le imprese dovranno intervenire in campo entro il 14 giugno. Intanto, le sigle sindacali Confcooperative, Legacoop, Unicoop e Unci sono tornate a chiedere con insistenza alla Regione ristori economici e distillazione straordinaria di crisi, dopo l'apertura di qualche mese fa da parte dell'assessore regionale all'Agricoltura Luca Sammartino.

https://www.gamberorosso.it/notizie/attualita/misure-contenimento-produzione-vino-consorzi-soave-chianti-abruzzo-asti-brunello-valpolicella-barbera/

L'INDUSTRIA VINICOLA ITALIANA È ENTRATA NEL 2026 SOTTO PRESSIONE DOPO IL CALO DELLE VENDITE NEL 2025

L'industria vinicola italiana è entrata nel 2026 sotto pressione dopo un difficile 2025 segnato da vendite più deboli, esportazioni in rallentamento

e margini in contrazione, secondo un nuovo studio Mediobanca citato da WineMeridian e realizzato con il supporto della Fondazione Qualivita.
Il rapporto, basato su 255 delle maggiori società vinicole italiane costituite in forma societaria, ciascuna con ricavi superiori a 20 milioni di euro e un fatturato complessivo di 12 miliardi di euro, descrive un mercato diventato più rigido, selettivo e polarizzato. Le vendite totali sono diminuite del 2,8% nel 2025 rispetto all'anno precedente. Le esportazioni sono scese del 3,4%, mentre le vendite interne hanno perso il 2,2%.
I dati indicano un rallentamento diffuso piuttosto che una battuta d'arresto isolata. Le aziende più piccole sono state colpite più duramente dei concorrenti maggiori. I produttori con ricavi inferiori a 30 milioni di euro hanno registrato un calo medio del 3,5%, a conferma di come la scala stia diventando sempre più importante mentre la domanda si indebolisce e i costi restano difficili da tagliare.
Il rapporto afferma che il cambiamento strutturale più marcato riguarda i consumi. Il consumo pro capite di vino in Italia è sceso a 35,6 litri nel 2025, rispetto ai 38 litri del 2022, con una flessione del 9,4%. Circa l'80% dei produttori ha dichiarato di aver visto una chiara contrazione della domanda interna e circa due terzi si aspettano che la tendenza al ribasso continui nel medio termine.
Quel calo dei volumi ha avuto un effetto sproporzionato sulla redditività. Mentre i ricavi sono diminuiti di meno del 3%, la performance operativa è peggiorata in misura più marcata. L'EBITDA è sceso del 4,2%, l'EBIT del 9,5% e l'utile netto del 7,5%. Il divario suggerisce che molti produttori stanno sostenendo costi fissi che non possono essere adeguati rapidamente quando le vendite si indeboliscono, soprattutto le imprese con attività ad alta intensità di capitale. In questo gruppo, il fatturato è diminuito del 3,7%.
Lamberto Frescobaldi, presidente di Unione Italiana Vini, ha affermato che i dati mostrano una forte compressione dei margini e una struttura dei costi non abbastanza flessibile per le attuali condizioni di mercato. Ha sostenuto che le risposte tradizionali non sono più sufficienti mentre il settore affronta sia cali strutturali dei consumi sia pressioni geopolitiche. Tra le misure che ha definito urgenti c'è un controllo più stretto della produzione attraverso rese inferiori, con l'obiettivo di proteggere il valore ed evitare sovrapproduzione in un momento in cui i prezzi del vino sfuso sono sotto pressione.
Anche i mercati esteri si sono spostati in modi rilevanti per i produttori italiani. Il calo più marcato si è registrato negli Stati Uniti, dove le esportazioni sono diminuite del 6,3%. Ciononostante, gli Stati Uniti restano di gran lunga il principale mercato dell'Italia in Nord America. Le spedizioni verso i Paesi dell'Unione europea sono diminuite del 2,8%, mentre il Regno Unito si è dimostrato più stabile, con esportazioni in calo solo dello 0,7%.
Anche i canali di vendita all'interno dell'Italia si sono indeboliti. Il canale horeca, che comprende ristoranti e bar, è sceso del 2,0% in valore ma rappresentava comunque il 17,2% delle vendite totali. Enoteche e wine bar hanno perso il 5,1%, riflettendo una spesa discrezionale più debole e una domanda meno costante per gli acquisti specializzati. Le vendite dirette sono diminuite dell'1,0%. Anche i canali online hanno perso terreno: i siti web aziendali sono scesi del 2,4% e le piattaforme di e-commerce di terze parti del 3,6%.
Non tutte le categorie hanno performato allo stesso modo. Gli spumanti hanno retto meglio dei vini fermi, con un calo dell'1,5% rispetto al -3,3% dei vini fermi. Per fascia di prezzo, la fascia intermedia ha sofferto di più, con un -3,1%. I vini base sono scesi del 2,7%, mentre i vini premium hanno limitato le perdite al 2,2%, suggerendo che marchi più forti e un posizionamento più alto abbiano offerto una certa protezione.
Il quadro regionale è rimasto disomogeneo ma ha mostrato leader noti. Il Veneto ha mantenuto il suo posto come prima regione vinicola italiana, rappresentando circa un quarto dei volumi prodotti e oltre il 35% del valore nazionale, oltre a guidare le esportazioni con una quota superiore al 35%. L'Emilia-Romagna ha seguito con l'8,8% del valore e il Piemonte con il 7,6%. La Puglia si è distinta per il divario tra la sua quota di volume, pari al 15,2%, e la sua quota di valore, pari al 7,4%, ma ha registrato il miglior return on equity del Paese con il 7,1%. La Toscana ha guidato per margine EBIT con il 15,5%, mentre l'Abruzzo ha segnato un return on investment dell'8,1%.
Tra le singole aziende, Cantine Riunite-GIV è rimasta la maggiore per vendite nel 2025 con 635,1 milioni di euro, seguita da Argea con 462,9 milioni e Italian Wine Brands con 395,9 milioni. Caviro ha superato i 300 milioni di euro attestandosi a 351,3 milioni. Alcuni gruppi sono rimasti fortemente orientati all'export nonostante il rallentamento, tra cui Fantini Group, con esportazioni pari al 95,7% delle vendite, e Argea al 93,8%.
Anche con risultati più deboli, molti produttori continuano a vedere valore di lungo periodo nel settore. Il rapporto afferma che il 70% delle aziende continua a considerare il vino un comparto attraente, sebbene attraversi un severo processo di selezione.
La loro risposta si concentra su diversificazione, espansione dei mercati e maggiore controllo gestionale. Circa il 72% delle aziende ha indicato la diversificazione dell'offerta come principale leva competitiva, mentre il 64% ha puntato sull'apertura di nuovi mercati e molti hanno sottolineato anche sforzi di marketing più incisivi. La metà ha affermato che il controllo diretto dell'intera filiera produttiva e commerciale è ormai il modello preferito per difendere il valore del prodotto.
Gli investimenti sono proseguiti nonostante utili inferiori. L'investimento totale è aumentato del 3,5% nel 2025 rispetto all'anno precedente. La spesa è stata indirizzata soprattutto alle attività di cantina nel 90% dei casi, ai piani di efficienza energetica nel 77% e alle nuove tecnologie digitali o industriali nel 57%. I budget pubblicitari hanno invece seguito la direzione opposta, diminuendo del 5,4%.
Il rapporto indica inoltre il sistema delle denominazioni italiane come fattore di stabilizzazione. I vini a denominazione DOP o IGP rappresentano ora il 79% del valore totale nazionale del vino attraverso 522 denominazioni. Oltre 440 modifiche ai disciplinari tra il 2022 e il 2025 suggeriscono che i produttori stiano adattando gli standard alle pressioni ambientali e alle

mutevoli aspettative dei consumatori. Per ora il settore sta bilanciando prudenza e ottimismo cauto. Secondo l'indagine, il 58% dei principali produttori prevede che le vendite tornino a crescere nel corso del 2026, ma tale ripresa dovrebbe dipendere meno dall'espansione dei volumi che da una disciplina dell'offerta più rigorosa, da una gestione migliore e da un posizionamento più forte nelle categorie premium e legate all'origine.

https://www.vinetur.com/it/20260608102257/italys-wine-industry-entered-2026-under-pressure-after-sales-fell-in-2025.html

"NON È IL VINO AD ESSERE IN CRISI, MA IL MODO VECCHIO DI RACCONTARLO". LE PROPOSTE PER UN CAMBIAMENTO NECESSARIO

Superare l'idea dell'export come attività promozionale o semplice partecipazione alle fiere; superare anche l'idea che il vino italiano competa solo con altri vini per misurarsi, invece, con altre bevande e rituali sociali più immediati; rendere più accessibili i concetti di terroir, denominazioni e cultura produttiva trasformando l'enoturismo da semplice accoglienza a una conversione commerciale che vada oltre la visita in cantina. È un messaggio che viaggia su tre grandi direttrici quello che arriva da Envisioning 2035, il summit promosso da FreedL Group (multinazionale italiana fondata da Edoardo Freddi) e ospitato alla Terrazza Belvedere di Palazzo Regione Lombardia, a Milano.
Il 2035 del vino
Il vino italiano che guarda al futuro, secondo quanto emerso dall'incontro di giovedì 4 giugno, non deve rinunciare alla propria identità, ma renderla più competitiva. «Per il 2035, la sfida non sarà soltanto produrre vini di qualità, ma costruire modelli d'impresa capaci di generare marginalità, riconoscibilità, presenza internazionale e relazione con consumatori sempre più mobili, attenti e difficili da intercettare», è il monito arrivato dalla seconda edizione di Envisioning 2035, che il ministro dell'Agricoltura, Francesco Lollobrigida, ha voluto aprire con un messaggio: «L'Italia difende un consumo responsabile e mette in luce l'insieme di connessioni che il vino ha con le tradizioni, i territori, con la convivialità e con la cucina italiana patrimonio Unesco. Il vino va raccontato e spiegato. Quando sono arrivato al ministero – ha ricordato – venivano investiti sul settore vitivinicolo solo 100 milioni mentre oggi siamo a 1,1 miliardi, con 2.500 aziende agricole sostenute». Un contesto diverso dal passato che deve indurre le imprese a investire e cambiare strategia.
Le performance in controtendenza

I dati sulle esportazioni illustrati dal responsabile agroalimentare di Nomisma, Denis Pantini, hanno messo in luce elementi ormai consolidati, dal nuovo calo degli scambi mondiali di vino nel corso del 2025, alla riduzione dei consumi nei principali mercati mondiali, compresa la flessione degli acquisti dall'Italia, che ha portato il bilancio totale al di sotto degli 8 miliardi di euro. Tuttavia, a osservare più da vicino l'andamento di alcune Dop, è emersa anche la performance incoraggiante dei bianchi Dop della Toscana, con volumi a +14% e valori a +6,4% nel 2025.
Performance spinta soprattutto dal Vermentino, come ha rimarcato Ettore Nicoletto (ceo di Compagnia del gusto holding) che ha lanciato una coraggiosa proposta: «Il Vermentino potrebbe diventare "the next Pinot Grigio". Secondo il manager, guardando al futuro, la grande sfida del vino italiano sarà trovare contenuti nuovi per comunicare in modo efficace in relazione alle svariate occasioni di consumo, che «in questo momento sono appannaggio di altre bevande alcoliche, per fermare quel graduale furto di quantità che sta avvenendo nei confronti del vino».
Modello comunicativo da cambiare
«Il vino italiano non è in crisi – ha sottolineato Edoardo Freddi, Ceo di FreedL Group – bensì è in crisi un modello vecchio di pensarlo, venderlo e raccontarlo. Con Envisioning2035, abbiamo voluto spostare il confronto dalla celebrazione del prodotto alla costruzione di un sistema più moderno: capace di decidere più velocemente, competere meglio sui mercati internazionali e leggere il consumatore prima che lo facciano i competitor». Secondo Freddi, bisogna smettere di pensare che il prezzo sia l'unico driver per i consumatori e spostare l'attenzione sulla desiderabilità del prodotto. «Inoltre – ha aggiunto – smettiamo di pensare alle fiere come vetrine in cui dobbiamo stare presso lo stand e pensare che i clienti passino di lì. Le strategie per vendere vino – ha concluso – devono essere diverse a seconda dei territori e dei mercati».
Diversificare i Paesi di sbocco
I mercati emergenti, ha ricordato Pantini nel suo intervento, sono passati dal 15,1% al 19,5% del peso sull'export italiano tra il 2019 e il 2025. Per questo motivo, un messaggio alle imprese è arrivato anche da Alessandro Mutinelli, presidente e Ceo di Italian wine brands, che ha invitato le imprese a «diversificare i mercati ed essere meno dipendenti da singoli Paesi. Il vino italiano – è uno dei passaggi del suo intervento – ha incrementato in questi anni il grado di internazionalizzazione per poter compensare il calo dei consumi interni. E nell'ultimo report di Mediobanca si vede chiaramente come le aziende più strutturate abbiano performato meglio delle più piccole, soprattutto perché hanno più risorse per andare nei mercati più lontani. L'Italia, per fare questo, ha bisogno di volumi su questi mercati e deve cercare di vendere il suo vino al meglio possibile».

https://www.gamberorosso.it/notizie/vino/envisioning-2026-crisi-vino/

L'EXPORT DI VINO UE A MARZO 2026 NEI PAESI TERZI A 3,6 MILIARDI DI EURO IN VALORE (-6,5% SUL 2025)

Piccoli, ma significativi segnali di ripresa per il vino europeo e italiano nei mercati fuori dal Vecchio Continente. A marzo 2026, l'export del vino europeo (e dei prodotti a base di vino) nei Paesi terzi ammonta a 3,6 miliardi di euro, ovvero -6,5% sullo stesso periodo 2025, per un dato che migliora il -7,3% del bimestre gennaio-febbraio ed il -11% di gennaio (sempre su base annuale). A scattare la fotografia è l'Overview of Eu agri-food trade (Di-

rectorate-General for Agriculture and Rural Development) della Commissione Europea, analizzato da WineNews, e che mostra, a marzo, segnali di crescita per le esportazioni del vino continentale pur in un contesto che rimane complessivamente difficile e ancora lontano dai numeri dello scorso anno. La ripresa si vede anche dai volumi, a 31,2 milioni di tonnellate, e, per la prima volta, in positivo nel 2026 (+0,2%).
Rispetto al primo trimestre 2025, le esportazioni di vino europeo negli States, il principale mercato, a marzo 2026 sono calate del -19,3% per un valore di 1 milione di euro, ma, comunque, in grado di migliorare il -22,5% del confronto tra primo bimestre 2025 e primo bimestre 2026. La Gran Bretagna, a marzo 2026, è cresciuta del +6,9% su marzo 2025 con il dato trimestrale a 657,3 milioni di euro, vicino al pareggio (-1,6%). Se gli Stati Uniti scendono, altri mercati salgono: la Russia, ad esempio, con 124,1 milioni di euro nel trimestre cresce del +40,5%; il Brasile, con 44,3 milioni, segna +3,9%.
Di riflesso, il miglioramento, rispetto al trend di febbraio, riguarda anche l'Italia, con il vino italiano che, a livello di "peso", incide per il 29,3% sul totale del vino Ue esportato nei primi 3 mesi 2026. Da gennaio a marzo 2026, il vino italiano ha di poco superato 1 miliardo di euro di export nei mercati extra Ue: e se il dato complessivo rimane negativo, e, quindi, a -11% sul primo trimestre 2025, si nota un miglioramento su febbraio quando il risultato bimestrale riportava -15% sullo stesso periodo 2025. Nei primi 3 mesi 2026 le esportazioni verso gli Stati Uniti ammontano a 433 milioni di euro (-20,8%), un andamento che ha permesso di ridurre il "gap" bimestrale visto a febbraio a -27,2%. In ripresa anche la Gran Bretagna con la quota export a 158,9 milioni di euro: -8,8% sul primo trimestre 2026, ma era -12,9% nel bimestre.
A marzo 2026, rispetto a marzo 2025, e quindi mese su mese, l'Italia ha numeri migliori in mercati chiave come quelli del Canada (35,5 milioni di euro, +4,4%) e della Svizzera (37,3 milioni di euro, +0,4%), pur con un cumulativo trimestrale ancora in "rosso". E cresce, in ciascuno dei primi 3 mesi 2026, in Paesi dalle grandi potenzialità come Russia (46,5 milioni di euro, + 49,1%) e Cina (20,2 milioni di euro, +16,2%), e, tra gli "emergenti", sigla un +10,9% in Brasile, rispetto al primo trimestre 2025, per un valore di 9,76 milioni di euro.
La Francia, il principale competitor dell'Italia, ha avuto un andamento migliore tanto che, nei primi 3 mesi 2026, ha esportato vino nei mercati extra Ue per 1,7 miliardi di euro, -4,3% sullo stesso periodo 2025.
Presto, ovviamente, per parlare di ripresa in quanto serviranno altre conferme: ma il trend, già evidenziato dai dati Istat di febbraio analizzati da WineNews, lascia, perlomeno, intravedere un po' di sereno.

https://winenews.it/it/lexport-di-vino-ue-a-marzo-2026-nei-paesi-terzi-a-36-miliardi-di-euro-in-valore-65-sul-2025_592937/

IL CONSUMO MONDIALE DI VINO CALA MENTRE I PRODUTTORI RIDUCONO LA PRODUZIONE

Il mercato mondiale del vino ha continuato ad adeguarsi nel 2025, mentre dazi, perturbazioni climatiche e cambiamenti nelle abitudini di consumo spingevano i produttori ad allineare più strettamente l'offerta alla domanda, secondo un nuovo rapporto dell'Organizzazione internazionale della vigna e del vino.
L'organizzazione ha riferito che la produzione mondiale di vino ha raggiunto 227 milioni di ettolitri lo scorso anno, in lieve aumento rispetto al 2024 ma ancora al di sotto delle medie di lungo periodo. Si tratta del terzo anno consecutivo di output relativamente basso, a conferma delle difficoltà climatiche nelle principali regioni vitivinicole e, in alcuni casi, dei tagli deliberati da parte dei produttori per evitare l'accumulo di scorte eccedenti.
Nello stesso periodo, il consumo globale è sceso a 208 milioni di ettolitri, in calo del 2,7% rispetto all'anno precedente. L'OIV ha spiegato che la flessione riflette sia la pressione economica sui consumatori sia cambiamenti più strutturali nelle abitudini di consumo nei mercati maturi. Diversi tra i maggiori paesi consumatori di vino al mondo hanno registrato cali, compresi gli Stati Uniti, che restano il primo mercato con 31,9 milioni di ettolitri nonostante una flessione del 4,3%. Il consumo della Cina è diminuito del 13%, a conferma della debolezza di quel mercato.
Il rapporto mostra inoltre che la superficie vitata mondiale ha continuato a ridursi per il sesto anno consecutivo, scendendo a 7 milioni di ettari. Questo calo segnala uno sforzo più ampio dell'intero settore per riportare la capacità produttiva più vicino agli attuali modelli di domanda.
Anche il commercio ha rallentato nel 2025. Le esportazioni globali sono diminuite del 4,7% a 94,8 milioni di ettolitri, mentre il valore dell'export è sceso del 6,7% a 33,8 miliardi di euro, pari a circa 36,7 miliardi di dollari. L'OIV ha affermato che dazi, incertezza e domanda più debole hanno pesato sulle spedizioni in tutti i mercati.
Nonostante i volumi inferiori, i prezzi sono rimasti sostenuti. Il prezzo medio all'export si è attestato a 3,56 euro al litro, circa 3,88 dollari, uno dei livelli più alti mai registrati e ben al di sopra delle medie pre-pandemia. L'organizzazione ha osservato che ciò riflette la domanda ancora solida per i vini di fascia più alta.
Il vino imbottigliato è rimasto il principale segmento del commercio mondiale, rappresentando il 66,4% del valore delle esportazioni. Anche lo spumante ha tenuto relativamente bene e ha rappresentato quasi un quarto del valore dell'export nonostante una domanda complessivamente più debole.
L'OIV ha stimato che circa il 46% di tutto il vino prodotto viene commercializzato a livello internazionale, segno della persistente dipendenza del settore dalla domanda transfrontaliera e dalle condizioni di trasporto.
Il gruppo ha affermato che i recenti accordi commerciali bilaterali e multilaterali potrebbero contribuire a creare condizioni migliori per mercati che stanno ancora adattandosi a consumi più lenti e a un'offerta più contenuta.

https://www.vinetur.com/it/20260601101823/global-wine-consumption-falls-as-producers-cut-output.html

MERCATI E PRODUZIONE

NOMISMA: GIOVANI E VINO, UNDER 30 FERMI AL 6% DEI CONSUMATORI. AL VIA UNO STUDIO PER RIPENSARE IL MERCATO

Il nuovo progetto di Wine Monitor analizzerà comportamenti, preferenze e occasioni di consumo dei 18-30enni. Obiettivo, fornire alle imprese strumenti concreti per dialogare con la generazione che rappresenterà il mercato del futuro.
I giovani consumano poco vino e il tradizionale percorso che li portava a diventare consumatori abituali si è progressivamente interrotto. È da questa evidenza che prende avvio il nuovo progetto di ricerca di Nomisma Wine Monitor dedicato al rapporto tra under 30 e vino, con l'obiettivo di comprendere come stanno cambiando gusti, occasioni di consumo e aspettative delle nuove generazioni e tradurre i risultati in indicazioni operative per le aziende della filiera.
I numeri raccontano un mercato in trasformazione. Oggi gli under 30 rappresentano appena il 6% dei consumatori italiani di vino, mentre i consumatori abituali sono scesi in pochi anni da circa il 57% a meno del 40% della base complessiva. Una dinamica che, oltre al calo demografico, riflette un cambiamento profondo nelle abitudini di consumo.

IL CONSUMO CAMBIA:
ON BASTA PIÙ L'ETÀ
"Una criticità strutturale è rappresentata dal calo demografico e dal progressivo invecchiamento della popolazione italiana, ma la contrazione dei consumi dipende anche dalla riduzione generalizzata della frequenza di consumo, che riguarda non solo i giovani ma l'intero sistema", osserva Denis Pantini, Responsabile Agrifood ℍ Wine Monitor di Nomisma.
Se in passato il consumo di vino cresceva naturalmente con l'età, oggi questo meccanismo si è indebolito. L'ingresso nel mondo del vino non si traduce più automaticamente in un aumento della frequenza di consumo, rendendo necessario ripensare prodotti, linguaggi e strategie di posizionamento.
Parallelamente cambiano anche le occasioni di consumo. Il fuori casa continua a essere centrale per i più giovani, ma cresce anche il consumo domestico in forme nuove, come aperitivi tra amici, favorito sia da fattori economici sia da una maggiore attenzione alla sicurezza stradale. In questo scenario anche l'enoturismo può diventare uno strumento di avvicinamento al vino, trasformando un'esperienza in conoscenza.

TRA BIANCHI, BOLLICINE
E LOW ALCOHOL
Le preferenze degli under 30 delineano un panorama diverso rispetto alle generazioni precedenti. Tra i vini fermi prevalgono i bianchi, mentre i rossi restano marginali. Le bollicine continuano a esercitare una forte attrattiva, soprattutto nel mondo della mixology e dei premixati.
Cresce inoltre l'interesse verso i vini dealcolati e a bassa gradazione. Pur rimanendo un segmento ancora limitato – nel 2025 la gdo italiana ha venduto circa 400 mila bottiglie, prevalentemente di produzione estera – le ricerche di Nomisma evidenziano una maggiore apertura delle giovani generazioni verso queste categorie, in linea con quanto emerge anche nei principali mercati europei e anglosassoni.

NOMISMA, PROGETTO
IN DUE FASI PER LA FILIERA
Per rispondere a questi cambiamenti, Nomisma ha avviato un progetto articolato in due fasi. La prima prevede una ricerca dedicata ai consumatori tra i 18 e i 30 anni per analizzare comportamenti, occasioni di consumo e preferenze. La seconda coinvolgerà direttamente i giovani in degustazioni e test comparativi, così da verificare quali tipologie di vino incontrino realmente i loro gusti.
"L'obiettivo è passare da una fotografia del fenomeno a una verifica concreta delle preferenze dei giovani consumatori, trasformando l'analisi in linee guida utili alle imprese", spiega Pantini.
L'iniziativa, sviluppata con il coinvolgimento di Tenute del Leone Alato e Assoenologi, punta ora ad ampliare la partecipazione delle aziende per costruire un osservatorio permanente sul rapporto tra giovani e vino. "Il rapporto tra giovani e vino non è solo una questione di gusti, ma un tema strutturale che intreccia demografia, cultura, comunicazione e innovazione di prodotto", conclude Pantini.

https://vinonews24.it/2026/06/29/nomisma-giovani-e-vino-under-30-fermi-al-6-dei-consumatori-al-via-uno-studio-per-ripensare-il-mercato/

REPORT SPUMANTI PROWEIN: PREMIUM, TERRITORI EMERGENTI E ZERO ALCOL

Il vino mondiale rallenta, le bollicine no. O almeno resistono meglio di molte altre categorie. È questa la fotografia che emerge dal primo Sparkling Report pubblicato da ProWein, nuova analisi di mercato dedicata al settore globale degli spumanti e resa disponibile gratuitamente dall'organizzazione della fiera di Düsseldorf. Il documento mette in fila tendenze, aree produttive, occasioni di consumo e prospettive di crescita di un comparto che, nonostante incertezza economica e cambiamento delle abitudini dei consumatori, continua a mostrare una vitalità superiore alla media del vino.
Secondo il report, il mercato globale degli spumanti dovrebbe raggiungere nel 2025 un valore di circa 54,7 miliardi di dollari. Un dato che conferma la centralità della categoria in una fase complessa per il vino, segnata dal calo dei consumi in diversi mercati maturi e da una maggiore selettività da parte del pubblico. Le bollicine, tuttavia, sembrano beneficiare di un vantaggio competitivo: sono sempre meno legate al solo momento celebrativo e sempre più presenti in nuove occasioni di consumo, dall'aperitivo alla mixology, fino ai momenti informali e ai format low e no alcohol.
Premiumisation e nuovi territori
Uno dei punti centrali dello Sparkling Report è la spinta della premiumisation. Anche nel mondo degli spumanti, la crescita non riguarda soltanto i volumi, ma sempre più la capacità di costruire valore, identità territoriale e riconoscibilità stilistica. La domanda internazionale premia le bollicine di qualità, capaci di raccontare un'origine e non solo un metodo produttivo.
Il report analizza le principali denominazioni e categorie consolidate:

Prosecco, Champagne, Crémant, Cava, Sekt tedesco e austriaco, Franciacorta e Lambrusco. Accanto ai nomi storici, ProWein segnala però anche il consolidamento di nuove aree produttive, tra cui Regno Unito, Ungheria, California e Tasmania, regioni che stanno cercando di affermare una propria identità nel panorama internazionale degli sparkling wine.
Tra i segmenti più dinamici spicca il Crémant, indicato come categoria in forte crescita e capace di raggiungere volumi record. Il Prosecco, dal canto suo, continua a rafforzare la propria leadership internazionale, confermandosi una delle denominazioni più riconoscibili e performanti del mercato globale. In parallelo, cresce l'interesse per spumanti di fascia alta, territoriali e con una narrazione più precisa.
Il boom degli spumanti senza alcol
La vera accelerazione, però, arriva dal mondo alcohol-free. ProWein definisce gli spumanti senza alcol una delle categorie più rapide nella crescita dell'intera industria del vino. Il caso tedesco è particolarmente indicativo: secondo il report, in Germania sono state vendute recentemente oltre 22 milioni di bottiglie di sparkling wine analcolico.
Il fenomeno non riguarda più soltanto una nicchia salutistica, ma intercetta una domanda più ampia: consumatori giovani, moderazione alcolica, occasioni di consumo quotidiane e ricerca di alternative credibili al vino tradizionale. Gli analisti citati da ProWein prevedono per il comparto tassi di crescita a doppia cifra nei prossimi anni, segnale che la categoria potrebbe diventare un terreno strategico anche per produttori e brand finora concentrati esclusivamente sugli spumanti classici.
ProWein punta sui contenuti tutto l'anno
Con lo Sparkling Report, ProWein rafforza la propria attività come piattaforma informativa permanente per l'industria internazionale del vino, oltre il calendario fieristico. La pubblicazione si inserisce nel percorso avviato con Sparkling Visions, format presentato per la prima volta a ProWein 2026, e anticipa idealmente i temi che saranno al centro della prossima edizione della manifestazione, in programma a Düsseldorf dal 7 al 9 marzo 2027.
«Il mercato globale degli spumanti sta vivendo una trasformazione entusiasmante», sottolinea Frank Schindler, Director di ProWein Düsseldorf, evidenziando l'emergere di nuovi mercati, nuovi stili e nuove occasioni di consumo. Il report, spiega Schindler, nasce con l'obiettivo di offrire al settore una guida sintetica ma completa sulle evoluzioni in corso.
Il documento è stato ideato e realizzato da A2 Wine E Things sotto la direzione di Alexandra Wrann, giornalista. Per il settore, il messaggio è chiaro: le bollicine restano uno dei laboratori più vivaci del vino mondiale. Ma la competizione si giocherà sempre meno sulla semplice effervescenza e sempre più su posizionamento, qualità percepita, identità territoriale e capacità di intercettare nuovi stili di consumo.

https://www.winemag.it/report-spumanti-prowein-premium-territori-emergenti-e-zero-alcol/

SE IL VINO RALLENTA E L'ENOTURISMO ACCELERA: DOVE SI STA SPOSTANDO IL VALORE DELLA FILIERA?

Negli ultimi anni una dinamica apparentemente contraddittoria sta attraversando il settore vitivinicolo e potrebbe raccontarne meglio di altre l'evoluzione: il vino rallenta, l'enoturismo accelera.
Da una parte consumi in contrazione in molti mercati maturi, crescente attenzione alla salute e cambiamenti generazionali. Dall'altra territori vitivinicoli che continuano ad attrarre visitatori, investimenti e progettualità.
Secondo una recente analisi di Persistent Market Research, il mercato globale dell'enoturismo potrebbe raggiungere i 138,4 miliardi di dollari entro il 2033, partendo dai 57,4 miliardi stimati per il 2026 e crescendo a un tasso medio annuo del 13,4%.
Dati interessanti soprattutto per la domanda che pongono: perché il turismo del vino cresce mentre il vino, in molti mercati, fatica a crescere? La risposta potrebbe trovarsi proprio nel cambiamento della funzione che il vino sta assumendo all'interno della società contemporanea.
Per decenni il valore della filiera si è concentrato prevalentemente sulla bottiglia. Produzione, distribuzione e vendita rappresentavano il cuore del modello economico. Oggi il perimetro si sta ampliando. Degustazioni, ospitalità, ristorazione, benessere, percorsi nel paesaggio, attività outdoor, cultura e patrimonio territoriale entrano sempre più spesso nella costruzione dell'offerta.
Il vino non è più soltanto il prodotto finale, diventa il punto di accesso a un'esperienza più ampia. Una dinamica che appare coerente con quanto emerge da molte delle analisi che negli ultimi anni hanno raccontato l'evoluzione dei consumi.
Le nuove generazioni bevono in modo diverso, la competizione con altre categorie è aumentata e il vino non occupa più automaticamente il centro della convivialità quotidiana. Allo stesso tempo, però, continua a mantenere una capacità quasi unica di creare connessioni.
L'enoturismo trova la propria forza proprio in questa sua peculiarità, non si limita a vendere un prodotto, costruisce una relazione. Non sorprende, allora, che le grandi destinazioni storiche continuino a esercitare un forte potere attrattivo: Bordeaux, Toscana e Rioja rappresentano sì territori produttivi di eccellenza ma al tempo stesso possono considerarsi veri e propri ecosistemi nei quali vino, paesaggio, ospitalità, gastronomia e patrimonio culturale concorrono a creare un'esperienza riconoscibile e desiderabile.
Ancora più interessante è osservare ciò che sta accadendo nelle aree emergenti. Secondo lo studio, l'Asia-Pacifico dovrebbe crescere a un ritmo superiore al 15% annuo fino al 2033. Regioni come Ningxia in Cina o Nashik in India starebbero investendo nello sviluppo di destinazioni che integrano vino, cultura, benessere e lifestyle. In questi contesti il vino non arriverebbe dopo la costruzione dell'identità territoriale, contribuirebbe a definirla.
Il fenomeno si apre così ad una riflessione più ampia: per molto tempo le regioni vinicole hanno vissuto tra loro la competizione in termini di qualità dei vini e reputazione delle denominazioni. Oggi il confronto sembra allargarsi. Le destinazioni del vino non guardano soltanto ad altre regioni vitivinicole, competono con l'intero mercato delle esperienze.
Un weekend in cantina, una struttura immersa nei vigneti, un percorso

gastronomico o una festa della vendemmia entrano nello stesso spazio decisionale occupato da una vacanza benessere, da un viaggio culturale o da un'esperienza outdoor.
Il valore si sposta progressivamente dalla sola produzione alla capacità di costruire permanenza, relazione e memoria.
Anche la sostenibilità sembra inserirsi in questa trasformazione. Lo studio evidenzia la crescente attenzione verso percorsi enoturistici a basso impatto ambientale, mobilità dolce e forme di turismo responsabile. Destinazioni come la Valle del Douro o la Barossa Valley stanno integrando questi aspetti nelle proprie strategie di sviluppo, intercettando una domanda sempre più sensibile ai temi ambientali.
Parallelamente cresce il ruolo delle piattaforme digitali. Le prenotazioni online rappresentano ormai una componente rilevante del mercato e contribuiscono a personalizzare l'esperienza prima ancora dell'arrivo in cantina. La tecnologia non sostituisce il viaggio. Lo prepara, lo rende più accessibile e ne prolunga la relazione nel tempo.
Questa evoluzione apre inevitabilmente una riflessione anche per il sistema delle denominazioni. Il recente rafforzamento del ruolo dei Consorzi di tutela in materia di valorizzazione territoriale, sostenibilità e turismo appare sempre meno come un'estensione accessoria delle loro funzioni tradizionali. Potrebbe invece rappresentare una risposta all'evoluzione stessa del mercato.
Se è vero che una parte crescente del valore potrà essere generata attraverso l'esperienza del territorio, allora la competitività di una denominazione dipenderà sempre più dalla capacità di costruire ecosistemi e non soltanto prodotti.
La domanda, quindi, non riguarda soltanto il modo in cui il vino verrà venduto nei prossimi anni, riguarda il modo in cui i territori del vino sceglieranno di essere vissuti facendo leva sulla capacità del vino di offrire qualcosa che poche altre categorie possiedono ancora: un legame concreto tra persone, paesaggi, cultura e identità.

https://horecanews.it/se-il-vino-rallenta-e-lenoturismo-accelera-dove-si-sta-spostando-il-valore-della-filiera

VINO ROSATO, MERCATO IN CRESCITA: NEL 2032 SARANNO SUPERATI I 5 MILIARDI DI DOLLARI IN VALORE

Se nel mondo "vino rosato" è ancora, soprattutto, sinonimo di estate e di Provenza (tanto che, dal 2018, su iniziativa del Conseil Interprofessionnel des Vins de Provence, ogni quarto venerdì di giugno, e nel 2026 il 26 giugno, si celebra nel mondo l'"International Rosè Day), l'Italia risponde con i suoi rosati da tanti territori e vitigni, dal Cerasuolo d'Abruzzo ai vini della Valtenesi, da rosati di Puglia (dove è nato, nel 1943 il primo vino rosato d'Italia imbottigliato, il celeberrimo "Five Roses" di Leone de Castris, il cui museo aziendale è da poco entrato nella rete "Museimpresa", ndr) al Chiaretto di Bardolino, ed ancora da tante espressioni che vanno dall'Alto Adige alla Sicilia, passando per "novità" più o meno recenti come la versione in rosa del Prosecco Doc, per esempio, al "neonato" Chianti Docg in versione rosè. Vini, quelli rosati, ancora relativamente di "nicchia", anche se, secondo diversi studi, a livello mondiale, valgono il 10% dei consumi (con la Francia primo Paese produttore, davanti a Italia e Usa), e che, in un contesto difficile e sfidante per il mercato del vino, grazie alla loro leggerezza (anche in termini di gradazioni alcoliche solitamente più basse della media), sembrano destinati a crescere.

A dirlo, almeno, lo studio sul tema della società di ricerca ReAnIn, secondo cui se il mercato dei vini rosati ha mosso 3,5 miliardi di dollari nel 2025, crescerà del 5,1% all'anno fino al 2032, per superare i 5 miliardi di dollari; in particolare, spiega il report, se il vino rosato resta molto legato al periodo estivo, il 30% dei consumatori di vino lo sceglie tutto l'anno, per la sua versatilità di abbinamento gastronomico e di occasioni di consumo, ma anche, appunto, perchè percepito come un vino più "leggero e salutare", tanto che il 28% dei consumatori lo preferisce ad altri vini proprio per il suo contenuto alcolico più contenuto. E con il 35% dei consumatori che guarda sempre più alla qualità, all'artigianalità e alla territorialità, privilegiando etichette di fascia premium.

https://winenews.it/it/vino-rosato-mercato-in-crescita-nel-2032-saranno-superati-i-5-miliardi-di-dollari-in-valore_594649/

E-COMMERCE DI VINO, MERCATO IN CRESCITA: ANCHE MAIL BOXES ETC CI INVESTE CON MBE WINE FOR EUROPE

L'e-commerce del vino è un mercato in crescita e, secondo l'Ecommerce Strategic Study 2025, che copre oltre l'85% del valore dell'e-commerce globale, firmato da Iwsr - International Wine & Spirits Record (leader mondiale nella fornitura di dati e approfondimenti sulle bevande alcoliche) per il periodo 2024-2029 è previsto a valore un incremento del +3%, con, in generale, il canale dell'e-commerce di alcolici stimato a superare i 36 miliardi di dollari entro il 2028. Un settore strategico, in particolare, per aziende vitivinicole e produttori impegnati nello sviluppo dei mercati esteri, ma alle prese con la complessità normativa alla dogana legata alla circolazione delle bevande alcoliche tra i Paesi dell'Unione Europea. A semplificare ci prova Mail Boxes Etc, parte del Gruppo Fortidia, una delle più grandi reti di Centri multiservizi a livello globale, che - in collaborazione con Direct From Italy, realtà specializzata nella compliance doganale per la vendita di alcolici all'estero - ha lanciato, in questi giorni, la piattaforma digitale Mbe Wine for Europe, dedicata proprio alle aziende vinicole che vogliono sviluppare la vendita diretta ai consumatori europei attraverso canali e-commerce e punti vendita fisici . Lo strumento consente di calcolare, gestire e versare le accise previste per le vendite, sia online che offline, all'interno dell'Unione Europea e va ad ampliare l'offerta di Mail Boxes Etc nei servizi di spedizione per il vino, affiancandosi a soluzioni su misura come il ritiro in azienda, l'imballaggio specializzato e le spedizioni a privati verso gli Stati Uniti.
"Accompagnare le aziende vinicole nei percorsi di internazionalizzazione è una priorità strategica - ha dichiarato Andrea Arluna, Shipping & Fulfillment Product Director Fortidia (il gruppo di cui Mail Boxes Etc. fa parte, ndr) - con questa soluzione mettiamo a disposi-

zione uno strumento concreto per sviluppare la vendita diretta di vino in Europa in modo strutturato e conforme alle normative". Con la costante espansione globale dell'ecommerce, infatti, le aziende vinicole desiderano espandersi con sicurezza in nuovi mercati, rimuovendo le barriere, rafforzando la fiducia e favorendo lo sviluppo internazionale. "La vendita diretta rappresenta una grande opportunità di crescita per il settore, ma richiede strumenti adeguati per gestire la complessità normativa - ha commentato Denis Andolfo, ceo e co-founder Direct From Italy - questa collaborazione nasce proprio per rendere questi processi più accessibili e scalabili".

https://winenews.it/it/e-commerce-di-vino-mercato-in-crescita-anche-mail-boxes-etc-ci-investe-con-mbe-wine-for-europe_594568/

BASTA INCOLPARE LA GEN Z: IL VINO HA UN PROBLEMA DI PREZZI, NON DI GENERAZIONI

I dati smentiscono la narrazione della Gen Z come generazione astemia: i giovani bevitori crescono, non calano. Un panel di professionisti americani e i dati italiani dell'Osservatorio UIV–Vinitaly 2026 indicano un'altra direzione: il calo strutturale dei consumi di vino dipende dalla pressione sui prezzi, dall'erosione del potere d'acquisto e, nel mercato americano, dall'impatto dei dazi.
Si ritorna nuovamente sul tema della Gen Z, eterna rea del calo consumo di vino. O forse no…
In un recente articolo di OPB - Think Gen Z and millennials are killing wine sales? Washington industry pros say it's more complicated - Erick Bengel riporta il dibattito emerso durante un panel dell'Institute for Enology E Viticulture di Walla Walla, in Washington. Il titolo è già una presa di posizione fa presagire che forse la colpa non è tutta della Gen Z.

Vale la pena fermarsi su questo articolo perché nonostante i dati che smontano la narrazione della "generazione z che non beve" circolino da un po', è utile notare come, in questo caso, la critica arriva da dentro il settore, da professionisti che lavorano con le cantine e i consumatori ogni giorno e che finalmente mettono in discussione una retorica che ha fatto comodo per troppo tempo. Una delle relatrici, la vinicoltrice Toby Turlay, dice: "Voglio scusarmi con la generazione più giovane, perché è stata presa di mira in un modo che nessun altro si è mai visto. Io stessa quando avevo 25 o 30 anni non spendevo 50 dollari per una bottiglia di vino. Aspettarsi che quella generazione lo faccia, e poi criticarla quando non lo fa, penso sia un errore enorme".
Il (falso) mito
della generazione astemia
Secondo i dati riportati da Gossip Wine (Millennials e Gen Z: il futuro del vino 2026) e confermati da Bighammer Wines (Wine Trends 2026: What We're Actually Seeing From the Buying Desk), la percentuale di giovani adulti della Gen Z che dichiara di aver bevuto vino negli ultimi sei mesi è passata dal 46% del 2023 al 70% del 2025. In soli due anni. L'IWSR registra la stessa impennata. Il Wine Market Council aggiunge che la quota di bevitori di vino della Gen Z è cresciuta di cinque punti percentuali nell'ultimo biennio. E i Millennial hanno ufficialmente superato i Baby Boomer come principale gruppo di consumo negli Stati Uniti, rappresentando oggi il 31% contro il 26%.
In Italia il quadro è coerente. L'Osservatorio UIV – Vinitaly 2026, che ha analizzato i consumi su base Istat e IWSR, presentato proprio a Vinitaly 2026, mostra che i consumatori di vino nel nostro paese sono poco meno di 30 milioni, il 55% della popolazione, con numeri stabili negli ultimi cinque anni e addirittura in crescita rispetto al 2011.
La sorpresa? La fascia 18-24 anni è l'unica ad aver visto crescere significativamente la propria quota di consumatori, con un aumento di otto punti percentuali. I giovanissimi bevitori di vino sono passati dal 39% al 47% della loro categoria.
Allora da dove viene
la narrazione della generazione Z
che non beve più vino?
Da una sovrapposizione temporale che ha prodotto un capro espiatorio comodo. Il calo strutturale della domanda in molti mercati occidentali ha iniziato a manifestarsi intorno al 2019, quando la Gen Z era ancora demograficamente irrilevante come forza di consumo.
Quello che sta cambiando, semmai, è il modo di bere. I consumatori più giovani acquistano meno bottiglie ma sperimentano di più. La scoperta del vino avviene attraverso i social media e le esperienze di viaggio, non attraverso le riviste specializzate o i punteggi dei critici. Cercano storie autentiche, pratiche sostenibili, formati pratici. Un 98 su 100 di Parker vale meno di un reel coinvolgente e di una cantina che sa comunicare con trasparenza. Il problema è che il settore non si è ancora attrezzato bene per incontrarli dove si trovano.
Il nodo vero: il prezzo
Se la Gen Z non è il problema, allora dov'è il problema? Una parte consistente della risposta, e l'articolo di OPB ne parla, sta nel prezzo.
Non si tratta solo di un tema di accessibilità generazionale, anche se quella componente esiste ed è reale. L'articolo di OPB riporta quanto detto da Rebecca Sievers, studentessa che lavora in una sala degustazione: "organizzate un evento per la comunità e fatelo pagare 60 dollari se volete perdere il pubblico giovane. Noi non abbiamo 60 dollari da buttare via così". La collega Lillian Perry aggiunge una sfumatura importante: non è solo la quota di degustazione il problema, sono le bottiglie, troppo spesso fuori portata, che creano una sensazione di esclusione e tolgono ogni motivazione a tornare. Ma il tema del prezzo è più stratificato di quanto sembri.
Alessandro Rossi, National Category Manager Wine di Partesa, descrive con precisione il fenomeno in atto in Italia ("Così stanno cambiando le scelte degli italiani nel calice": la fotografia di Partesa dei consumi 2025): "Si è confermato il rallentamento dei consumi e il fenomeno del trading down su alcune occasioni di consumo, già emerso nel 2024, principalmente a causa di un potere d'acquisto che resta sotto pressione e di un clima di incertezza generalizzata che non si è ancora dissolto". La pressione sul potere d'acquisto non riguarda solo i ventenni: riguarda famiglie, consumatori abituali, tutta quella fascia intermedia che fino a qualche anno fa comprava una bottiglia da 15-20 euro

senza pensarci troppo e che oggi, invece, ci pensa eccome.
I dati raccolti da Attest (High prices, low pour: How the cost of living crisis is drying up alcohol sales) su due mercati chiave, Regno Unito e Stati Uniti, confermano la tendenza con una durezza che non lascia spazio a interpretazioni rassicuranti. Nel mercato americano, quasi la metà degli intervistati dichiara di bere alcolici con minore frequenza, il 24% ha smesso del tutto e il 47% considera l'acquisto di bevande alcoliche una priorità bassa. Tra chi sta riducendo la spesa per bottiglia, la prima ragione dichiarata è inequivocabile: "Non posso permettermi di spendere quanto prima".
C'è poi una terza dimensione del problema dei prezzi, specifica per il mercato americano, che riguarda l'impatto dei dazi. Bighammer Wines lo spiega con chiarezza: l'aumento colpisce a livello di importazione e poi subisce il ricarico del distributore e un'ulteriore maggiorazione da parte del rivenditore o del ristorante. Una bottiglia di vino italiano che normalmente arrivava sugli scaffali statunitensi a circa 11,50 dollari potrebbe ora essere venduta intorno ai 15 dollari; e questo prima di considerare l'indebolimento del dollaro, che ha aggiunto un ulteriore 10-15% al costo effettivo.
Tre dinamiche diverse, dunque: potere d'acquisto compresso, percezione del prezzo come rischio ed effetto moltiplicatore dei dazi.
È sorprendente notare come in questo scenario la Gen Z appare più come una variabile di speranza che di crisi. Sono la coorte che cresce di più in termini percentuali, entrano nel mercato con curiosità e apertura, cercano esperienze autentiche e sono disposti a spendere quando si sentono inclusi e non giudicati. Quello che chiedono (prezzi accessibili, ospitalità reale, comunicazione senza snobismo) è esattamente quello che una cantina dovrebbe già offrire a qualsiasi consumatore.
Il calo reale dei consumi ha cause molteplici: l'invecchiamento dei consumatori abituali, la pressione economica che comprime la spesa discrezionale, la frammentazione verso altre bevande. Ma quando le vecchie generazioni accusano le nuove di non capire il vino e le nuove rispondono di conseguenza, si finisce per litigare sul capro espiatorio invece di occuparsi del problema.

https://www.winemeridian.com/approfondimenti/ino-calo-consumi-prezzi-incolpare-gen-z-2026/

LA GUERRA DIMEZZA IL "TRAVEL RETAIL", CHE PER IL "WINE & SPIRITS" VALE 22 MILIARDI DI DOLLARI

Secondo le stime di "Market Growth Reports", nel 2025 il mercato del "Duty free travel retail" ha mosso una cifra, a livello globale, sui 124,9 miliardi di dollari, di cui circa il 18% (oltre 22 miliardi di dollari) rappresentati dalla categoria "Wine & Spirits". Un canale importante, dunque, che, ovviamente, in questa fase storica segnata da diverse guerre nel mondo, è profondamente penalizzato. Come sottolinea uno dei top brand del segmento (tra bottiglie e presidio di tanti aeroporti di livello mondiale con wine bar e non solo) come Bottega.

"In questo momento di incertezza diffusa non possiamo individuare facilmente un determinato evento come responsabile principe dell'impatto sulle nostre economie e dei risultati che ne conseguono. Sicuramente la difficoltà maggiore arriva dalla guerra in Iran che ha bloccato i commerci con il Medioriente e con i Paesi del Golfo Persico, che ha ridotto i consumi drasticamente a causa del crollo del turismo internazionale e che ha avuto un forte impatto sull'aumento dei costi di trasporto delle merci e sull'incremento esponenziale dei tempi di consegna. Nei Duty Free delle zone colpite dalla guerra le vendite complessive sono calate del -50%, e questa può anche essere considerata una notizia non troppo negativa, visto che nei mesi di aprile/maggio si sono raggiunte punte del -85%. Inoltre i tempi per le spedizioni in tutta l'Asia sono raddoppiati, in parte a causa della circumnavigazione dell'Africa, ma, soprattutto, a causa della mancanza di navi disponibili e della confusione generale che si è generata", sottolinea Sandro Bottega, famoso per il suo Prosecco esportato in tutto il mondo, all'indomani della ripresa dei combattimenti tra Israele ed Iran.
"Sono raddoppiati sia i costi di trasporto delle merci, che i costi dei biglietti aerei - prosegue l'imprenditore - riguardo ai costi di produzione noi, come azienda Bottega, siamo tra i fortunati, in quanto, utilizzando energia da fonti alternative, abbiamo un impatto inferiore rispetto agli altri. Ma concerne solo i vini, i distillati e i liquori che produciamo, mentre per vetro, cartoni e altro siamo anche noi soggetti all'impennata dei prezzi di mercato".
"Sul fronte interno, mi appello alle nostre istituzioni, affinché stronchino almeno il lavoro nero, la piaga strutturale che da decenni - conclude Bottega - penalizza la competitività nel nostro Paese. La gran parte delle entrate fiscali (Irpef in primis) sono a carico dei lavoratori dipendenti e, di conseguenza, delle aziende che rispettano le regole. Bisogna pertanto che le nostre istituzioni intervengano rapidamente con controlli rigorosi, sanzionando severamente le aziende che utilizzano lavoratori in nero e che non versano i giusti contributi previsti dalla legge. Le tecnologie digitali ci sono, ora basta ci sia la volontà politica per farlo. Il lavoro nero è una piaga non soltanto per i lavoratori, ma anche per le aziende virtuose che subiscono la concorrenza sleale da parte di imprese, che proprio per questo motivo praticano prezzi ribassati, destabilizzando il mercato".

https://winenews.it/it/la-guerra-dimezza-il-travel-retail-che-per-il-wine-spirits-vale-22-miliardi-di-dollari_593526/

DEALCOLATI, IL PACKAGING DIVENTA STRATEGICO

Produrre vini dealcolati non significa soltanto aggiungere una nuova referenza al catalogo aziendale. Significa entrare in una categoria che, almeno in parte, deve ancora costruire le proprie regole, definire i propri codici comunicativi e individuare il modo corretto di presentarsi al consumatore. Per questo il dibattito, dopo anni concentrato soprattutto sulla normativa e sulla possibilità stessa di produrre, si sta spostando sempre più rapidamen-

te verso ciò che avviene dopo la cantina: packaging, posizionamento, distribuzione e rapporto con il mercato.
Su Il Corriere Vinicolo 18 si affronta proprio questa fase di transizione, partendo dal confronto sviluppato durante Wine Vision, l'iniziativa promossa da Tonutti Arti Grafiche e General Vetri insieme a Unione Italiana Vini. L'obiettivo dell'incontro era chiaro: comprendere come costruire un'identità riconoscibile per un segmento che cresce rapidamente ma che continua a muoversi in un territorio ancora largamente inesplorato.
Dalle bottiglie alle etichette, dai tappi alle capsule, fino alle modalità di vendita diretta e ai nuovi formati, emerge con forza un messaggio: i dealcolati richiedono un cambio di approccio. Non soltanto perché il prodotto presenta caratteristiche tecniche differenti, ma perché cambiano occasioni di consumo, aspettative dei consumatori e modalità di comunicazione. Il packaging diventa quindi molto più di un semplice contenitore: diventa uno strumento di riconoscibilità, credibilità e costruzione del valore. Sul fondo rimane una consapevolezza condivisa dagli operatori: i dealcolati rappresentano una delle direzioni future del settore vitivinicolo e il vantaggio competitivo potrebbe dipendere proprio dalla capacità di costruire fin da subito una strategia coerente, dalla produzione fino allo scaffale.

https://www.unioneitalianavini.it/approfondimenti-tematici/news/packaging-vini-dealcolati

MONDO

LA SPAGNA SCEGLIE DI CONTENERE LA PRODUZIONE DI VINO:
PER IL 2026 CONCESSI APPENA 900 ETTARI DI NUOVI VIGNETI

Prosegue la strategia spagnola del contenimento produttivo anche per la campagna 2026. Il ministero dell'Agricoltura guidato da Luis Planas ha reso noto, lunedì 22 giugno, la concessione di 903 ettari di nuovi impianti per il 2026. Si tratta di un quantitativo pari allo 0,1% del potenziale viticolo nazionale, che supera i 900mila ettari. Il governo avrebbe potuto concedere l'1%, ovvero circa 9mila ettari (dieci volte di più), ma ha scelto la strada dell'equilibrio tra domanda e offerta di vino, limitandosi al minimo legale consentito dalla legge europea di settore. Decisione che risulta in linea con la raccomandazione dell'Organizzazione interprofessionale del vino (Oive), che lo scorso anno aveva chiesto di controllare i quantitativi di vino immessi sul mercato.
E strategia differente da quella italiana, che per il 2026 ha concesso, con decreto Masaf del 28 novembre scorso, nuovi impianti per 6.900 ettari (l'1% della superficie nazionale), con le associazioni di categoria che si stanno confrontando proprio in queste settimane sulle iniziative da prendere per l'imminente campagna di raccolta.
Richieste in calo
Nel dettaglio, la Spagna ha registrato una diminuzione delle richieste di nuovi vigneti. Il 2026 è in calo del 7.2% sul 2025, che a sua volta aveva segnato un -9,5% rispetto all'anno precedente. La notifica del Mapa (il ministero spagnolo) è arrivata alle regioni e comunità autonome che ora dovranno informare i beneficiari entro il primo agosto. I 903 ettari di nuovi impianti sono stati assegnati a fronte di 1.584 ettari richiesti, poi ridotti a 1.290 ettari dopo l'applicazione di alcuni criteri di ammissibilità e del limite massimo di 5 ettari per azienda.
I territori
Nel complesso, il 55,7% dei terreni è andato a piccoli e medi produttori di vino (di cui 16,4% sono giovani, le cui domande sono state tutte accolte). Il

3,9% dei terreni assegnati è destinato ai giovani che entrano per la prima volta nel settore vitivinicolo. A livello regionale, la Castilla-La Mancha è in testa per i nuovi impianti, con 653 ettari, seguita dalla Catalogna (67 ettari) e dall'Estremadura (38 ettari).
Alla luce di un mercato che, anche per la Spagna, sta registrando un calo dei consumi e una diminuzione della redditività delle imprese vitivinicole, anche nel paese iberico – dove alcune associazioni chiedono interventi d'urgenza come gli estirpi e la distillazione di crisi – le varie denominazioni sono impegnate in una politica di controllo dei volumi. In Castiglia e León, la Dop Ribera del Duero ha limitato a 0,1 ettari i nuovi impianti del 2026, con divieto di reimpiantare le superfici. La Dop Rioja ha confermato per il 2026 il blocco sui nuovi impianti e i limiti decisi a fine 2023 per il triennio 2024-2026. La Dop Cava ha fissato a 0,1 ettari l'anno tra 2026 e 2028 le superfici massime per i nuovi impianti. La Dop Rueda ha concesso un ettaro annuo per il 2026-2028. La Dop Bizkaiko Txakolina (Paesi Baschi) prevede la concessione di 7 ettari di nuovi impianti nel 2026.

https://www.gamberorosso.it/notizie/attualita/spagna-misure-sovrapproduzione-vino-nuove-autorizzazioni/

LA RIVOLUZIONE DEL VINO IN CINA: ORA LA WINE COMMUNITY È DOMINATA DA GIOVANI E DONNE

In Cina, la maggior parte dei consumatori di vino ha meno di 35 anni ed è di sesso femminile. Ed entra a contatto col vino sempre più tramite informazioni che passano dagli smartphone mediate dai popolarissimi key opinion leader (kol) e sempre meno tramite critici, sommelier ed educatori. Pertanto, l'industria vinicola europea e statunitense, alla costante ricerca di nuovi consumatori per frenare la crisi del vino, potrebbe ritrovarli a sorpresa proprio nel Paese del dragone, da anni in fase calante. Il dato è emerso durante Vinexpo Hong Kong, chiuso lo scorso 28 maggio, nel corso di un convegno organizzato da Vino Joy News, testata specializzata nel settore vitivinicolo, che ha chiamato a raccolta influencer e imprenditori del settore.
Acquisti dettati dall'emozione
Più video, contenuti condivisi sui social, web community, meno riviste e meno programmi educativi. L'universo giovanile cinese appare molto diverso da quello che hanno conosciuto genitori e nonni, che avevano in mente i brand vinicoli più famosi al contrario delle nuove generazioni, più attente ai meccanismi emotivi e di identificazione col marchio. Al punto che i driver d'acquisto dipendono più da elementi umorali e dal contesto rispetto alle conoscenze tecniche, secondo quanto riferito da Annie Wang, ceo di SommaCat e confondatrice di Winetopia. Lo ha sottolineato anche Xiao Pi, tra i primi wine Kol in Cina, con oltre 750mila follower sui social e uno stile narrativo diretto e semplice: «Ai giovani cinesi manca una cultura del vino e proprio questo può essere un vantaggio, mentre in Occidente i giovani rifiutano spesso il vino come qualcosa che veniva bevuto dai genitori»
Aumentano gli acquisti di vino al femminile
Xiao Pi, come riferisce Vino Joy News, gestisce anche uno dei negozi di vino più attivi su Tmall (marketplace del gruppo Alibaba): «Quasi due milioni di persone visitano ogni anno il nostro shop online, per il 45% si tratta di donne che bevono e acquistano. Oggi il 70% ha meno di 40 anni, circa il 25% ha tra 25 e 35 anni e c'è un 12% con meno di 25 anni».
Il dato è stato confermato dai numeri di SommaCat (350mila follower) che ha tra 75% e 80% di pubblico femminile. Anche la grande piattaforma Waima (ben 30 milioni di utenti), che consegna a domicilio bevande alcoliche, rileva una prevalenza di pubblico under 45 (70%), con metà tra 18 e 25 anni, come ha spiegato Thomas Yang Tao, responsabile acquisti della società cinese.
Meno dettagli tecnici, più emozione
Di fatto, secondo Vino Joy, si tratta di dati che mettono in dubbio l'idea che in Cina il vino sia appannaggio prevalente di un pubblico di adulti e anziani. «Molto spesso – ha ribadito Annie Wang – quando chiediamo ai nostri clienti perché scelgano un vino rispetto a un altro, loro rispondono semplicemente che lo fanno in base alla sensazione». In questo caso, giocano un ruolo importante il contesto, l'atmosfera e il racconto che viene costruito attorno al vino. Un meccanismo ben differente dallo schema tradizionale su cui l'industria vinicola si è basata per anni: territorio, denominazioni, caratteristiche tecniche del prodotto. Un nuovo paradigma d'accesso con cui l'industria e le imprese devono fare i conti.

https://www.gamberorosso.it/notizie/vino/vinexpo-nuovi-consumatori-vino-cina-giovani-donne/

CINA, IMPORT DI VINO IN CALO MA CRESCE IL SEGMENTO PREMIUM

Il mercato cinese del vino continua a cambiare pelle. Dopo anni nei quali la crescita dei volumi sembrava rappresentare il principale indicatore da osservare, oggi il quadro appare differente: meno quantità, maggiore selezione, prezzi medi in crescita e una domanda che sembra concentrarsi sempre di più sulle fasce premium. Un cambiamento che riguarda non soltanto le dinamiche commerciali, ma anche il modo in cui le imprese devono interpretare la propria presenza sul mercato cinese.
Su Il Corriere Vinicolo 18, l'analisi curata dall'Ufficio Ice di Pechino descrive un 2025 ancora difficile per le importazioni di vino, diminuite del 10,9% in valore, ma segnato contemporaneamente da un significativo aumento dei prezzi medi di acquisto. Il risultato è un mercato che riduce i volumi ma continua a generare opportunità in segmenti specifici, soprattutto nelle aree urbane caratterizzate da maggiore capacità di spesa e consumi più maturi.
L'Italia mantiene il ruolo di quarto fornitore del mercato cinese, pur registrando una contrazione rispetto all'anno precedente. A emergere è soprattutto il cambiamento geografico della domanda: mentre molte province mostrano un arretramento, Pechino rappresenta una delle poche realtà in crescita, confermando la tenuta del consumo premium e la centralità delle grandi aree urbane nella ridefinizione del mercato.
Il contributo affronta anche il tema de-

gli strumenti necessari per presidiare un mercato diventato più complesso. Promozione, networking, formazione, Gdo, piattaforme digitali e attività di posizionamento emergono come elementi sempre più centrali per accompagnare il vino italiano in un contesto dove la competizione internazionale rimane elevata e nel quale la capacità di costruire relazioni e riconoscibilità sembra contare almeno quanto il prodotto stesso.

https://www.unioneitalianavini.it/approfondimenti-tematici/news/import-vino-cina-2025

LA CRISI DEL VINO FRANCESE SI LEGGE ANCHE NEL CALO DEL PREZZO DEI VIGNETI: NEL 2025 QUASI -3%

Prezzi dei vigneti in calo in Francia. Il rapporto Safer rileva un prezzo medio per i terreni a denominazione d'origine protetta (Aop, appellation d'origine protégée) di 171.400 euro per ettaro, con una diminuzione del 2,9% rispetto allo scorso anno, che scende a -7% se si esclude il distretto dello Champagne. Situazione molto complicata secondo il presidente Thierry Bussy, che sottolinea come la diminuzione delle quotazioni registri situazioni molto contrastanti. Il calo, infatti, è più pronunciato nelle regioni di Bordeaux-Aquitania e Sud-Ovest, mentre l'aumento prosegue in Borgogna-Beaujolais-Savoia-Giura. Molto complesso il quadro dei vigneti a Dop per la produzione di brandy. In questo caso, la Safer (l'associazione nazionale che riunisce le società che si occupano di gestione fondiaria) rileva un crollo del 54,5% (a 23,2mila euro per ettaro), dopo che tra 2022 e 2024 si era già registrato un -15,5%. Male anche il prezzo dei vigneti non a Aoc, con un -7,7%, dopo una diminuzione analoga del 7% nel 2024.

Il rimbalzo di transazioni e valori

Non deve ingannare l'incremento delle transazioni registrato nel 2025 (+4,5% a 10.930 contratti), per 19mila ettari (+0,5%), con un giro d'affari di 1,65 miliardi di euro (+16,3% sul 2024). Il 2025 recupera in qualche modo terreno, ma questo rimbalzo arriva dopo un -11,3% nel 2024 ed è determinato da quattro grandi operazioni di compravendita che da sole valgono quasi il 25% del totale. Il Paese transalpino, secondo produttore mondiale, sta facendo i conti con due anni consecutivi di vendemmia scarsa, a cui si affianca un consumo interno in calo, un export in notevole difficoltà con -4% a volume e -10% a valore (a causa soprattutto dell'arretramento di mercati importanti come Usa e Cina).

In più, è in corso una massiccia campagna di estirpi: «Il mercato del vino – ha dichiarato il presidente Bussy in una conferenza stampa – si è completamente fermato. Circa 30mila ettari sono stati estirpati e altri 30mila lo saranno a breve. La crisi non è temporanea ma riflette una profonda fase di ristrutturazione del settore, sotto la pressione dei mercati globali e del cambiamento dei modelli di consumo. Ora, in gioco c'è il futuro delle nostre aree produttive».

Uno dei casi emblematici in negativo è la Aoc Bordeaux, passata da quotazioni medie di 16mla euro/ettaro del 2018 ai 6.500 euro/ettaro del 2025. I problemi interessano anche le denominazioni più importanti del bordolese. Saint-Estèphe ha perso il 25% del valore, Pessac-Léognan ha perso l'11%, a 400mila euro per ettaro, con i vigneti di qualità meno pregiata che ormai non trovano acquirenti; Saint-Émilion è a -20% con gli acquirenti – ha sottolineato la Safer – che presentano ai venditori delle offerte molto al di sotto del livello atteso.

I territori

Andando sui territori, il 2025 ha visto incrementare le transazioni nella regione della Valle del Rodano-Provenza (+14,9%), a fronte di un +3,4% de valori e di un -20% circa della superficie. La Borgogna-Beaujolais-Savoia-Giura fa registrare, secondo il report Safer, la crescita più forte per quanto riguarda le superfici vendute (+40,6%) e in valore (+73,7%). La musica cambia in altre due importanti regioni vitivinicole francesi. In Languedoc-Roussillon (-3,4%), le compravendite sono in costante calo dal 2021 (-16,6%) e in Charente-Cognac, dove la crisi è iniziata nel 2023 al punto che nel 2025 il segno meno è ovunque, con meno acquisizioni (-19,8%), superfici (-9,7%) e valori (-26,7%). Rispetto al 2021, il numero di vendite si è ridotto di quasi la metà (-46,4%). La Champagne è in controtendenza, con rialzi per i comparti di maggiore qualità della Marna: Côte des Blancs (+3,5 %) e Grands et Premiers Crus (+2,9 per cento).

Non mancano ovviamente i prezzi da capogiro. In Borgogna, la Safer registra prezzi da 2,7 milioni di euro per la Aop Beaune blanc (+3%), così come nella Côte des Blancs in Champagne dove un ettaro costa 1,7 milioni di euro (+3%). Quotazioni elevate anche all'interno della stessa vasta Aoc Bordeaux, con la Aoc Pauillac, culla del Cabernet Sauvignon, che spunta 1,7 milioni di euro per un ettaro vitato (-32 per cento

https://www.gamberorosso.it/notizie/vino/crisi-vino-francese-calo-prezzo-vigneti-2025/

ITALIA

LE SCORTE DI VINO ITALIANO SALGONO A 49,1 MILIONI DI ETTOLITRI PRIMA DELLA PROSSIMA VENDEMMIA

Le scorte di vino italiano si attestavano a quasi 49,1 milioni di ettolitri a fine maggio, in aumento del 5,4% rispetto a un anno prima, secondo l'ultimo rapporto "Cantina Italia" dell'ICQRF, l'ispettorato del Ministero dell'Agricoltura italiano. Con l'avvicinarsi della vendemmia 2026, i dati indicano una pressione ancora elevata sulla capacità di cantina e su un mercato che sta già gestendo grandi volumi ancora in attesa di essere venduti.
Lo stesso rapporto mostrava altri 4,2 milioni di ettolitri di mosto in giacenza al 31 maggio. Nel complesso, i dati suggeriscono che i produttori italiani stanno entrando nella prossima vendemmia con scorte insolitamente elevate.
Per il settore delle bevande, questi livelli di stock contano perché possono aumentare il rischio di eccesso di offerta e di erosione dei prezzi, soprattutto se la domanda non assorbe i volumi esistenti prima che nuovo vino arrivi sul mercato. In questo contesto, i consorzi DOP e IGP potrebbero trovarsi sotto crescente pressione per utilizzare gli strumenti di gestione dell'offerta consentiti dalla legge italiana sul vino per limitare i volumi e sostenere l'equilibrio del mercato.
I dati dell'ICQRF offrono una fotografia del vino detenuto nelle cantine italiane e sono seguiti con attenzione da produttori, imbottigliatori e associazioni di categoria come indicatore della tensione del mercato in vista della vendemmia. L'aumento di quest'anno arriva in un momento delicato del calendario, con poco tempo rimasto prima che le aziende vinicole inizino a ricevere nuove uve della vendemmia 2026.

https://www.vinetur.com/it/20260619103003/italian-wine-stocks-swell-to-491-million-hectoliters-before-the-next-harvest.html

"SERVE UN NUOVO PATTO CON LA RISTORAZIONE PER DIFENDERE IL VALORE DEL VINO ITALIANO"

Costruire un nuovo patto tra produttori e ristoratori per valorizzare il vino italiano attraverso carte dei vini maggiormente legate ai territori, politiche di prezzo più equilibrate e un credito d'imposta per chi sceglie di mettere in carta i vini e i prodotti Dop del proprio territorio. È la proposta concreta della Convention Nazionale delle Donne del Vino, realtà con quasi 40 anni di storia e 1.260 socie in tutta Italia, ospitata, nei giorni scorsi, in Emilia-Romagna, tra incontri, visite e approfondimenti che hanno portato produttrici, professioniste e protagoniste del settore a confrontarsi con le istituzioni sul ruolo delle denominazioni come motore di sviluppo economico, culturale e turistico dei territori.
Si tratta di "un tema particolarmente sentito in una fase in cui il settore deve affrontare il calo dei consumi, i cambiamenti negli stili di vita e la crescente concorrenza internazionale - ha detto la presidente delle Donne del Vino, Daniela Mastroberardino - Le Donne del Vino ritengono che la ristorazione possa diventare il primo ambasciatore delle denominazioni italiane, valorizzando le produzioni regionali e contribuendo a raccontare l'identità dei territori attraverso il vino".
Una proposta raccolta dall'assessore regionale all'Agricoltura dell'Emilia-Romagna, Alessio Mammi, secondo cui "il turismo delle Dop e delle Igp è uno dei principali strumenti di sviluppo delle aree rurali e il vino rappresenta una vera infrastruttura territoriale. Per sostenere il settore servono nuove politiche europee e nazionali. Per questo abbiamo avanzato 5 proposte alla Commissione Europea e riteniamo utile aprire una riflessione anche su strumenti innovativi di incentivo ai consumi di qualità, come un credito d'imposta per i ristoratori che mettono in carta i vini e i prodotti Dop del proprio territorio, capace di sostenere la filiera e promuovere il consumo consapevole".
Per Enza Bergantino, vice delegata Emilia-Romagna delle Donne del Vino, "le denominazioni non sono soltanto strumenti di tutela produttiva, ma vere infrastrutture culturali che custodiscono storia, paesaggio, competenze e comunità. Il riconoscimento Unesco alla Cucina italiana rappresenta una straordinaria opportunità per rafforzare l'attrattività dei territori e rendere ancora più evidente il legame tra vino, cultura e turismo. In questo percorso la narrazione gastronomica ha un ruolo decisivo: raccontare un territorio significa raccontarne i vini, i prodotti, le persone e le tradizioni".
Non è mancato un sentito ricordo per Pia Donata Berlucchi, la "signora del Franciacorta" recentemente scomparsa e past president delle Donne del Vino. Berlucchi avrebbe dovuto raccontare il Franciacorta dal palco di Parma. La presidente Mastroberardino ha letto in apertura la lettera con cui Pia Donata Berlucchi aderì all'associazione nel 1998: "riterrò un onore - oltre che un prestigioso onere - rappresentare la Franciacorta nell'ambito di questa Associazione". A raccoglierne il testimone è stata Francesca Fattore, brand ambassador di Freccianera Fratelli Berlucchi, che ha raccontato come un territorio sconosciuto 50 anni fa sia diventato sinonimo internazionale di eccellenza: un caso di scuola per chi voglia capire come una denominazione diventa destinazione. Il suo intervento ha intrecciato arte, letteratura e impresa, in un omaggio nello stile che era proprio di Pia Donata Berlucchi. Fattore ha portato anche una riflessione sulla leadership femminile e sulla comunicazione: "la leadership maschile coordina, la leadership femminile accompagna. Una donna usa in media 16.000 parole al giorno, un uomo poco più di 8.000. Ma chi comunica bene è perché ascolta bene. E nel vino, che è racconto, questa è una competenza decisiva".
Sul fronte normativo è intervenuto l'onorevole Stefano Vaccari, componente della XIII Commissione Agricoltura e della Commissione Ecomafie della Camera dei Deputati. "L'Italian Sounding sottrae ogni anno circa 70 miliardi di euro all'export italiano e oltre 120 miliardi considerando l'intero fenomeno della contraffazione alimentare. Non è solo un danno economico, ma un'appropriazione della nostra identità". Vaccari ha annunciato che la Commissione Ecomafie

depositerà entro il 2026 la Relazione sul dossier dedicato alle contraffazioni alimentari e al contrasto dell'Italian Sounding, con l'obiettivo di trasformarlo in una priorità nazionale. Tra i numeri citati: 2.500 contenuti digitali contraffatti scoperti dal solo Consorzio del Vino Chianti in un'indagine recente e l'allarme sulle organizzazioni criminali transnazionali che dal 2017-2018 producono falsificazioni di vini di pregio. Tra gli strumenti indicati, norme più severe sulla tracciabilità e il passaporto digitale del prodotto: "se interpretato come strumento di trasparenza e fiducia verso il consumatore, può diventare una delle innovazioni più importanti per la tutela e la valorizzazione del made in Italy".
La Convention ha attraversato alcuni dei luoghi simbolo dell'eccellenza agroalimentare emiliano-romagnola, a Modena la visita alla Cantina Settecani e la masterclass sul Lambrusco "Spumeggiante Emilia: le bollicine che ti rubano il cuore", condotta da Matteo Pessina, sono state affiancate dalla degustazione di Parmigiano Reggiano Dop a cura del Consorzio. E poi la visita all'acetaia comunale con l'approfondimento dedicato all'Aceto Balsamico Tradizionale di Modena Dop guidato dal Gran Maestro della Consorteria Maurizio Fini, oltre ai siti Unesco della città. Il Parmigiano Reggiano, e la sua produzione, è stato protagonista anche della visita alla Latteria Santo Stefano di Basilicagoiano, mentre a Reggio Emilia, alle Cantine Albinea Canali, si è tenuta la visita al vigneto didattico e alla cantina e con la masterclass "Radici rare - vitigni autoctoni dell'Emilia-Romagna tra identità e biodiversità", condotta da Antonella Pizzi e Annamaria Compiani.

https://winenews.it/it/serve-un-nuovo-patto-con-la-ristorazione-per-difendere-il-valore-del-vino-italiano_594194/

IL VINO INCIDE PER IL 46,7% SUL SALDO COMMERCIALE DELL'AGROALIMENTARE ITALIANO (A 15,4 MILIARDI)

L'agroalimentare italiano, autentica ricchezza del made in Italy, nel 2025 ha generato 80,1 miliardi di euro di valore alla produzione, a +3,9% dai 77,1 miliardi del 2024 (come già riportato da WineNews). Allo stesso tempo, però, anche il saldo commerciale di agricoltura e prodotti alimentari, e, quindi, la differenza tra il valore economico delle esportazioni e quello delle importazioni, pur calando nettamente sul 2024, resta in positivo superando i 2 miliardi di euro nel 2025 (era 5,4 miliardi di euro nel 2024), come riporta l'Istat nel suo report "I cambiamenti dell'agricoltura". E se il saldo commerciale per i prodotti agro-zootecnici resta storicamente in negativo (-13,3 miliardi di euro nel 2025), a risollevare l'intera bilancia agroalimentare nazionale ci pensa l'industria di trasformazione alimentare, e, quindi, la voce "alimentari e bevande", il cui saldo commerciale è attivo di 15,4 miliardi di euro, un dato solo leggermente inferiore sul 2024 (15,8 miliardi di euro) a dimostrazione che l'ulteriore calo annuale dei prodotti agro-zootecnici (quasi 3 miliardi di euro tra il 2024 e il 2025) è quello che ha inciso concretamente sul dato finale del saldo commerciale di agricoltura e prodotti alimentari.
Il vino italiano, in questo contesto, gioca un ruolo fondamentale, essendo un prodotto totalmente sbilanciato sull'export e ovviamente dal grande appeal internazionale. Secondo i dati Istat elaborati da WineNews, il saldo commerciale del vino italiano nel 2025 è di 7,2 miliardi di euro, frutto dei 7,7 miliardi di export e 565,6 milioni di euro di import. Quindi, calcoli alla mano, il vino incide per il 46,7%, quasi la metà, sulla voce "alimentari e bevande", quella che genera il saldo commerciale positivo dell'agroalimentare italiano.

Come fa notare l'Istat, in Italia, "nel complesso, fino dall'Unità, il saldo commerciale per i prodotti agro-zootecnici è stato quasi sempre negativo. Tuttavia, l'Italia è anche un Paese di trasformazione, e nell'ultimo quindicennio la componente industriale ha segnato degli attivi crescenti, tali da portare dal 2018 in attivo il saldo per l'intero comparto agro-alimentare". Un risultato a cui il vino ha dato un contributo determinante. L'ennesima dimostrazione di un prodotto, il vino, che è fondamentale per quell'agroalimentare italiano che è una risorsa per l'export e l'economia nazionale.

https://winenews.it/it/il-vino-incide-per-il-467-sul-saldo-commerciale-dellagroalimentare-italiano-a-154-miliardi_594078/

VINO PIEMONTESE IN ALLARME: EXPORT IN CADUTA E CANTINE PIENE, IL MOSCATO FINISCE AL CENTRO DELLA CRISI

Il mondo del vino italiano si trova ad affrontare una delle fasi più delicate degli ultimi anni. Tra tensioni geopolitiche, incertezze economiche, dazi internazionali, cambiamenti nelle abitudini di consumo e difficoltà del mercato interno, il settore registra un forte calo delle esportazioni e una significativa contrazione dei consumi nazionali.
Una situazione che preoccupa particolarmente il Piemonte, dove mancano ormai soltanto due mesi alla vendemmia e molte cantine si trovano ancora con le botti piene di prodotto invenduto. In alcuni casi, inoltre, il prezzo delle uve è risultato perfino inferiore ai costi di produzione, mettendo ulteriormente sotto pressione le aziende agricole.
Tra tutte le produzioni, il caso più critico appare quello del Moscato. Primo per quantità vendemmiata e per volume produttivo, il Moscato rischia di diventare anche il simbolo della crisi che attraversa il comparto. Il settore coinvolge circa 3.000 aziende distribuite tra le province di Cuneo, Asti e Alessandria. Se in passato si arrivava a produrre circa 100 milioni di bottiglie, lo scorso anno la produzione si è fermata a 85 milioni e le previsioni per la prossima stagione indicano un ulteriore calo.
A pesare è soprattutto la situazione dei mercati esteri. Per il Moscato d'Asti il principale sbocco commerciale è rappresentato dagli Stati Uniti, mentre per l'Asti Spumante il mercato di riferimento resta la Russia. Due realtà che oggi risentono fortemente delle tensioni internazionali e dell'incertezza economica globale, creando quella che gli operatori definiscono una vera e propria tempesta perfetta.
Secondo i produttori, tuttavia, le difficoltà non dipendono esclusivamente

dai mercati. Sotto accusa finiscono anche le strategie delle grandi case spumantifere, che chiederebbero una riduzione delle rese per ettaro e una diminuzione del prezzo riconosciuto alle uve.
Di fronte a questo scenario, le associazioni agricole di categoria sollecitano un accordo con il settore industriale per salvaguardare il comparto vitivinicolo piemontese. Le richieste guardano anche alle istituzioni regionali, chiamate a intervenire in maniera ancora più decisa attraverso la convocazione degli Stati generali del vino piemontese, coinvolgendo produttori, operatori e istituzioni per definire strategie condivise e di lungo periodo. L'attenzione non riguarda soltanto il Moscato. Le preoccupazioni si estendono anche ai vini rossi, in gran parte Doc e Docg, che rappresentano produzioni di eccellenza per il Piemonte. Un patrimonio che va oltre il semplice valore economico e che comprende paesaggio, cultura, tradizioni, ambiente e quell'identità territoriale che nel tempo ha reso le colline piemontesi riconoscibili e attrattive a livello internazionale.

https://www.giornalelavoce.it/news/attualita/710129/vino-piemontese-in-allarme-export-in-caduta-e-cantine-piene-il-moscato-finisce-al-centro-della-crisi.html

IL VINO ITALIANO SOFFRE ANCORA NEL PRIMO TRIMESTRE 2026. A MARZO TIMIDA INVERSIONE DI ROTTA

Alla luce di un trimestre nero per l'export di vino italiano, soprattutto negli Usa, le vendite di prodotti vitivinicoli tra gennaio e marzo 2026 restano, come è stato per tutto il 2025, in territorio negativo, con 472 milioni di litri (-4%) spediti oltre confine per un giro d'affari di 1,7 miliardi di euro (-8,3%). I valori trimestrali sono in calo su base annua sia in Europa (-3,6%, sia nell'extra Ue -11,3%). Tuttavia, il mese di marzo 2026, secondo i dati Istat sul commercio estero, sembra dare qualche segnale di vitalità rispetto a quanto visto a gennaio e febbraio: +3,3% in quantità e +0,8% a valore, grazie all'Ue che registra un incoraggiante +6,7% nel giro d'affari rispetto all'Extra-Ue che perde poco più del 3 per cento.

Bilancio difficile nei primi tre mercati

L'analisi dei singoli mercati di destinazione parte dal primo cliente, gli Stati Uniti, dove in tre mesi l'Italia ha inviato 81,6 milioni di litri (-8,4%) per un fatturato di appena 407 milioni di euro, il 20,5% in meno rispetto al primo trimestre del 2025. L'effetto dei dazi si sta facendo sentire, anche se va detto che il solo mese di marzo sembra aver perso meno rispetto alle cifre del bimestre. Negli Usa, all'appello mancano oltre 100 milioni di euro in tre mesi. Altro mercato determinante per l'export nazionale, il Regno Unito, presenta dati negativi in questo 2026 (-8,6% in volume e -8,3% in valore) ma il solo mese di marzo è stabile rispetto a un anno fa. Segno meno anche per la Germania, che in tre mesi segna -5,6% in quantità e -4,6% in valore, con un marzo migliore del corrispettivo mese di un anno fa (100 mln contro 97 mln di euro).
Gli altri mercati: crescono Russia, Brasile e Cina

Positivo il Canada (+8,8% in volume e +0,3% in valore) mentre la Svizzera continua a faticare (rispettivamente -8,7% e -9,6%). Contrastata la Francia, con decrementi nei quantitativi di vino acquistati dall'Italia (-3,9%) ma con un giro d'affari in aumento (+4,3% nel trimestre), grazie a un marzo che supera abbondantemente i 28 milioni di euro. Tra gli altri mercati Ue, nonostante il recupero del solo mese di marzo, il Belgio perde il 6,3% in quantità e il 10% in valore; così come la Svezia, che lascia sul terreno il 12% in quantità e il 7,3% in valore (45 mln di euro). I Paesi Bassi lasciano sul terreno il 3,3% nei quantitativi con valori giù del 4,8 per cento.

In netto recupero la Russia che, dopo un 2025 estremamente negativo, ha acquistato 13 milioni di litri di vino made in Italy (+64,6%), con 45 milioni di euro di giro d'affari (+46,6%). Segnali positivi arrivano anche dal Giappone (+2,5% in volume e -5,3% in valore), dal Brasile (-6,4% in quantità e +11,8% nel giro d'affari, a 9,3 mln di euro) e dalla Cina grazie a un trimestre in cui sono stati acquistati 3,6 mln di litri di vino (+10,7%) con oltre 19 milioni di euro di spesa, per un incremento percentuale in doppia cifra, pari al 17 per cento.
Come vanno le Dop spumantistiche

A soffrire particolarmente sono i vini in bottiglia (confezioni al di sotto dei 2 litri) che perdono il 5,2% dei quantitativi rispetto allo stesso trimestre di un anno fa con valori in doppia cifra negativa (-10,2% a 1,12 miliardi di euro). I vini a Dop segnano -5,5% in quantità e -3,1% in valore. Resta negativo anche il comparto della spumantistica made in Italy che nel trimestre perde l'1,6% in volume e il 3,9% in valore: bilancio attenuato da un mese di marzo che sfiora i 189 milioni di euro (ben superiore ai 172,7 mln del marzo 2025). In difficoltà i vini frizzanti (-4,1% a volume e -12,3% a valore nel trimestre).

Tra le tipologie, il Prosecco, dopo un bimestre difficile (che si confrontava con un dato particolarmente alto nel 2025), ha venduto a marzo 2026 137 mln di litri per quasi 150 mln di euro in valore. Ad ogni modo il trimestre fa -2% a volume e -5,8% a valore (per un fatturato di 364 mln di euro). In recupero l'Asti, che a parità di volumi nel trimestre guadagna quasi il 20% in valore, sfiorando quota 30 milioni di euro di prodotti esportati. In positivo risultano, secondo i dati dell'Istat sul commercio estero elaborati dal settimanale Tre Bicchieri del Gambero Rosso, anche gli altri spumanti Dop (gruppo che include Franciacorta, Alta Langa e Trentodoc) con +8,9% in volume e +4% in valore per complessivi 20 milioni di euro.

https://www.gamberorosso.it/notizie/attualita/vino-italiano-export-primo-trimestre-2026-dati-istat/

VINO PUGLIESE, LA REGIONE CONFERMA LA LINEA SULLE RESE PER RIEQUILIBRARE IL MERCATO

BARI - Programmazione, equilibrio della filiera e tutela del valore delle produzioni. Sono i punti attorno ai quali si è sviluppato il confronto del Comitato vitivinicolo convocato dall'assessore regionale all'Agricoltura e sviluppo rurale, Francesco Pao-

licelli, nella sede del Dipartimento regionale, alla presenza del partenariato agricolo e delle rappresentanze del comparto.
Al centro della riunione è stata posta la proposta di confermare anche per la campagna vendemmiale 2026 la riduzione delle rese per ettaro per le IGP "Puglia", "Salento", "Tarantino", "Valle d'Itria", "Daunia" e "Murgia", limitatamente alla tipologia dei vini rossi. Si tratta di una misura già adottata negli ultimi anni per affrontare le difficoltà del settore e contribuire a un migliore equilibrio del mercato.
Il provvedimento, sollecitato dalle associazioni di categoria lo scorso 16 maggio, sarà portato dall'assessore Paolicelli nella prossima seduta di Giunta regionale per l'approvazione definitiva. La scelta di procedere in tempi rapidi punta a consentire ai produttori di programmare con anticipo le attività in vista della vendemmia e di avviare per tempo tutte le procedure necessarie.
«Abbiamo convocato il Comitato a pochi giorni dalla richiesta arrivata dal mondo vitivinicolo perché crediamo che le decisioni strategiche vadano condivise rapidamente con chi vive quotidianamente il settore», ha dichiarato Paolicelli, sottolineando il metodo seguito dalla Regione nel confronto con la filiera.

Secondo l'assessore, i dati degli ultimi anni confermano l'utilità della strada intrapresa. «I risultati registrati nell'ultima campagna ci dicono che la strada intrapresa è stata utile: negli ultimi 2 anni abbiamo avuto una riduzione complessiva significativa delle produzioni, vicina al 40%, che ha contribuito a dare maggiore equilibrio al mercato. Per questo riteniamo necessario proseguire su questo percorso».
La riduzione delle rese viene dunque indicata come uno strumento di governo della produzione, con l'obiettivo di evitare squilibri e sostenere il posizionamento qualitativo dei vini pugliesi. Paolicelli parla di una decisione che guarda alla tenuta complessiva del comparto e alla valorizzazione del lavoro di viticoltori e cantine.
«Tale delibera è una scelta di responsabilità e visione che chiediamo alla filiera di condividere per rafforzare il comparto e tutelare il valore delle produzioni pugliesi», ha aggiunto l'assessore. «Anticipare oggi questa decisione significa permettere ai viticoltori e alle cantine di programmare con serenità le attività aziendali e gestire per tempo gli interventi necessari».
Nel corso del confronto è stato posto anche il tema dei controlli. La Regione intende accompagnare il provvedimento con strumenti capaci di renderne effettiva l'applicazione. «Si provvederà ad attuare adeguate misure di controllo per rendere efficaci gli interventi previsti dal provvedimento», ha precisato Paolicelli.
Il Comitato vitivinicolo ha affrontato anche altri dossier ritenuti strategici per il futuro del settore. Tra questi, la necessità di disporre di un catasto vitivinicolo costruito in collaborazione con Agea, il percorso verso il Consorzio IGP Puglia, l'incremento dei controlli e il miglioramento della tracciabilità delle produzioni.

Per l'assessore, la conoscenza puntuale del sistema produttivo è una condizione essenziale per programmare meglio le politiche regionali. «Abbiamo bisogno di una fotografia sempre più precisa della nostra viticoltura», ha affermato Paolicelli. «Mappare la Puglia, filiera per filiera, ci consentirà di programmare meglio gli investimenti e orientare in maniera più efficace le future risorse regionali, nazionali ed europee».
Nel confronto è emersa anche l'esigenza di rafforzare la presenza del vino pugliese sui mercati internazionali. La Regione intende proseguire il lavoro già avviato in alcuni Paesi considerati strategici, tra cui Brasile, Argentina e Stati Uniti, dove vengono individuati margini di crescita per le produzioni di qualità.
«Parallelamente dobbiamo continuare a rafforzare la presenza del vino pugliese sui mercati esteri», ha aggiunto Paolicelli, richiamando l'obiettivo di consolidare le attività avviate in Paesi nei quali la Puglia può ampliare la propria capacità commerciale e promozionale.
La linea condivisa nel Comitato punta quindi a costruire una filiera vitivinicola più competitiva, organizzata e riconoscibile, capace di affrontare le sfide dei mercati internazionali attraverso qualità, programmazione e valorizzazione dell'identità produttiva pugliese.

https://www.buonasera24.it/gallery/cronaca/921978/vino-pugliese-la-regione-conferma-la-linea-sulle-rese-per-riequilibrare-il-mercato.html

REGIONE SICILIANA. "VENDEMMIA VERDE", CI SONO SETTE MILIONI DI EURO PER PIÙ DI MILLE PRODUTTORI VITIVINICOLI

PALERMO. La Regione Siciliana fa sapere che è stato approvato l'elenco dei produttori siciliani di vino che riceveranno i contributi economici relativi alla misura "Vendemmia verde" 2026 del Piano nazionale strategico (Pns). L'Agea, l'Agenzia per le erogazioni in agricoltura, finanzierà le 1188 domande ammesse con circa sette milioni di euro. Si tratta di una iniziativa a sostegno del settore vitivinicolo che consiste nell'attribuire ai produttori un sostegno economico per le operazioni di eliminazione totale dei grappoli non ancora giunti a maturazione, azzerando la resa della superficie coltivata a vite. Questo consente di riequilibrare il mercato nelle zone dove si verificano eccedenze in particolari annate. Lo scopo della misura, introdotta da un regolamento dell'Unione europea, infatti, è quello di salvaguardare l'equilibrio tra domanda e offerta, evitando una depressione del mercato a tutela dei redditi degli agricoltori, ma lasciando inalterato il potenziale di produzione, la tutela del valore paesaggistico e delle tradizioni culturali di determinate aree vitivinicole. Il bando "Vendemmia verde" concede ai produttori la facoltà di accedere al beneficio del sostegno economico costituito da un pagamento forfettario per ettaro. I viticoltori, le cui domande sono state ammesse a contributo, sono tenuti ad effettuare le operazioni di distruzione dei grappoli entro il 14 giugno 2026 e a comunicare all'Ispettorato provinciale territorialmente competente, entro la medesima data, tramite Pec, l'avvenuta eliminazione. L'elenco delle domande ammesse che saranno finanziate è pubblicato sul sito istituzionale della Regione Siciliana

https://www.lagazzettadelcalatino.it/2026/06/vendemmia-verde-sette-milioni-di-euro-per-piu-di-mille-produttori-vitivinicoli

L'ITALIA INASPRISCE LE SANZIONI PER LE FRODI ALIMENTARI

L'Italia ha inasprito le sanzioni per le frodi alimentari e i prodotti contraffatti in una mossa che potrebbe ridefinire l'applicazione delle norme nei settori vitivinicolo e agricolo del Paese, con multe fino a 50.000 euro e pene detentive fino a quattro anni per alcune violazioni.
La nuova legge, n. 75 del 21 aprile 2026, è entrata in vigore il 29 maggio e amplia le tutele giuridiche per i prodotti agroalimentari italiani, compresi i vini a denominazione di origine protetta e indicazione geografica protetta. Punta inoltre sui prodotti biologici e su altri alimenti certificati che vengono falsamente presentati ai consumatori come autentici.
Il provvedimento arriva mentre l'Italia cerca di arginare la vendita di falsi Made in Italy, un problema che da tempo interessa vino, olio d'oliva, formaggi e altre esportazioni di alto valore. In base alla legge, la frode nel commercio alimentare, l'uso di segni ingannevoli e la contraffazione di prodotti DOP, IGP e biologici sono ora considerati specifici reati. Le autorità possono intervenire prima nella filiera, non solo dopo che un prodotto ha raggiunto il consumatore finale ma anche durante il trasporto, lo stoccaggio o le operazioni doganali.
Il cambiamento è significativo per il settore del vino, dove etichette contraffatte e indicazioni geografiche fuorvianti possono danneggiare sia i produttori sia i consumatori. La legge consente agli ispettori di sequestrare merci che imitano nomi, colori o simboli italiani senza alcun reale legame con il Paese. Le imprese sorprese a usare impropriamente etichette o marchi protetti possono incorrere in sanzioni penali e in chiusure temporanee da 5 giorni a 3 mesi.
La normativa amplia anche la responsabilità delle società. Le aziende possono ora essere ritenute responsabili quando un dipendente commette un reato a vantaggio dell'impresa. Ciò significa che cantine, distributori e aziende alimentari dovranno rafforzare i controlli interni, i sistemi documentali e le procedure di compliance per ridurre l'esposizione legale.
Un altro capitolo importante della legge riguarda le vendite online. Le autorità italiane hanno avvertito sempre più spesso che le piattaforme di e-commerce vengono utilizzate per commercializzare alimenti contraffatti e prodotti ingannevoli. Le nuove regole rafforzano la vigilanza sui canali di vendita digitali e creano una struttura centrale di coordinamento presso il Ministero dell'Agricoltura, della Sovranità alimentare e delle Foreste. I Carabinieri, la Guardia di Finanza e la Guardia Costiera condivideranno le informazioni più da vicino nel tentativo di accelerare ispezioni e attività di contrasto.
La legge include anche una disposizione volta a ridurre gli sprechi. Gli alimenti sequestrati dalle autorità non saranno automaticamente distrutti se ritenuti sicuri per il consumo. Una volta rimosse le etichette false o irregolari, quei prodotti potranno essere destinati alle banche alimentari e alle organizzazioni benefiche.
Per i produttori di vino con certificazioni DOP e IGP, il nuovo quadro normativo alza il costo della frode e potrebbe imporre una revisione più ampia dei sistemi di tracciabilità, delle pratiche di etichettatura e dei controlli sulla distribuzione, in un momento in cui le autorità italiane cercano di proteggere uno dei marchi agricoli più preziosi del Paese.

https://www.vinetur.com/it/20260603102005/italy-toughens-penalties-for-food-fraud.html

IL VINO PIEMONTESE IN AFFANNO: "LE UVE VALGONO MENO DI QUANTO COSTANO". L'ALLARME DEI VITICOLTORI ARRIVA IN REGIONE

C'è un paradosso che inquieta il mondo agricolo piemontese. In una regione che ha costruito parte della propria identità economica, culturale e turistica sul vino, sempre più viticoltori si trovano a vendere le proprie uve a prezzi che non coprono nemmeno i costi di produzione. Una situazione che, secondo gli operatori del settore, rischia di trasformarsi da difficoltà congiunturale a crisi strutturale.
L'allarme arriva da Cia Agricoltori Italiani Piemonte e Valle d'Aosta, che nei giorni scorsi ha riunito il proprio Gruppo di interesse economico dedicato alla viticoltura per definire una serie di proposte da presentare il prossimo 10 giugno alla Regione Piemonte, nel corso di un incontro atteso da settimane con l'assessore regionale all'Agricoltura Paolo Bongioanni.
Sul tavolo non c'è soltanto il futuro delle aziende vitivinicole. C'è una riflessione più ampia sul ruolo che la viticoltura svolge nell'economia piemontese, nella tutela del paesaggio e nella sopravvivenza di molte comunità rurali.
«Il prezzo delle uve non può scendere sotto il costo di produzione», ha sottolineato Claudio Conterno, presidente del Gruppo viticoltura di Cia Piemonte e Valle d'Aosta. Una frase che sintetizza il nodo centrale della questione. Per molti produttori, infatti, il problema non riguarda la qualità delle produzioni o la capacità di stare sul mercato, ma la crescente difficoltà nel vedersi riconosciuto un prezzo adeguato per il lavoro svolto durante l'intero ciclo produttivo.
Dietro una bottiglia di vino ci sono mesi di lavoro nei vigneti, investimenti, costi energetici, manodopera, trattamenti fitosanitari, manutenzioni e spese burocratiche. Quando il prezzo riconosciuto alle uve non riesce più a compensare questi costi, l'intero sistema entra in sofferenza.
La preoccupazione è particolarmente forte in Piemonte, una delle regioni simbolo dell'enologia italiana. Dalle Langhe al Monferrato, dal Roero al Canavese, il vino rappresenta molto più di un comparto agricolo. È un elemento identitario che genera occupazione, turismo e sviluppo economico.
Secondo il presidente regionale di Cia Gabriele Carenini, il rischio è quello di impoverire progressivamente territori che proprio grazie alla viticoltura hanno mantenuto negli anni popolazione, servizi e attività economiche. «Difendere questo comparto significa difendere la capacità delle comunità locali di continuare a vivere e lavorare in territori spesso fragili, ma di straordinario valore ambientale e sociale», ha evidenziato.
Le difficoltà attuali sono il risultato di una combinazione di fattori. Da un lato il rallentamento dei consumi in alcuni mercati tradizionali, dall'altro

una produzione che in diversi segmenti continua a superare la domanda effettiva. A questo si aggiungono gli effetti dell'inflazione e dell'aumento generalizzato dei costi aziendali registrati negli ultimi anni.
Per affrontare la situazione, Cia Piemonte e Valle d'Aosta presenterà alla Regione una serie di proposte che puntano innanzitutto a riequilibrare il rapporto tra domanda e offerta.
Tra le misure considerate prioritarie figura la vendemmia verde, uno strumento già utilizzato in passato che consente ai produttori di eliminare parte o tutta la produzione prima della maturazione delle uve, ricevendo in cambio un sostegno economico pubblico. L'obiettivo è ridurre temporaneamente le eccedenze presenti sul mercato e contribuire a una stabilizzazione dei prezzi.
Accanto a questa misura, l'organizzazione agricola propone la sospensione delle autorizzazioni per nuovi impianti viticoli, mantenendo naturalmente validi i diritti già acquisiti dai produttori. Una richiesta che nasce dalla convinzione che, almeno in questa fase, aumentare ulteriormente le superfici coltivate a vite rischierebbe di aggravare gli squilibri esistenti.
Tra le ipotesi più delicate compare anche il sostegno pubblico all'estirpo dei vigneti nelle aree maggiormente in difficoltà. Una soluzione estrema, che testimonia però la profondità delle preoccupazioni espresse dal settore.
Particolare attenzione viene riservata anche alla gestione dei quantitativi eccedenti e delle cosiddette uve aromatiche. Secondo Cia, l'immissione sul mercato di produzioni superiori alle reali necessità rischia di esercitare una pressione al ribasso sui prezzi, penalizzando soprattutto le aziende che investono nella qualità e nelle denominazioni di origine. Ma la riflessione non si ferma ai vigneti. Una parte importante delle richieste riguarda infatti il rapporto tra agricoltura e industria agroalimentare.
L'organizzazione agricola chiede una revisione dei criteri con cui vengono assegnati alcuni contributi pubblici, affinché le risorse vengano indirizzate prioritariamente verso le realtà che valorizzano effettivamente le produzioni piemontesi.
Una posizione che nasce dalla crescente preoccupazione per l'utilizzo di materie prime provenienti dall'estero all'interno di prodotti che mantengono una forte identità territoriale.
Un tema che tocca non soltanto il vino ma l'intero sistema agroalimentare italiano, sempre più chiamato a confrontarsi con le dinamiche della globalizzazione e con la concorrenza internazionale.
Tra gli esempi citati durante il confronto emerge quello del Vermouth di Torino, prodotto storicamente legato ai vini piemontesi ma che oggi può essere realizzato utilizzando materie prime provenienti da diverse parti del mondo. Una questione che, secondo Cia, merita una riflessione approfondita sul significato stesso delle denominazioni territoriali.
Infine, tra le richieste che verranno presentate il 10 giugno, figura la convocazione degli Stati Generali del Vino Piemontese. L'idea è quella di creare un momento di confronto tra istituzioni, produttori, consorzi e operatori economici per costruire una strategia condivisa sul futuro del comparto.
Perché la crisi attuale, secondo molti osservatori, non può essere affrontata soltanto con misure emergenziali. Servono strumenti capaci di leggere l'evoluzione dei mercati internazionali, intercettare nuove opportunità commerciali e rafforzare la competitività delle aziende piemontesi in un contesto globale sempre più complesso.
L'incontro del 10 giugno rappresenterà dunque un passaggio importante. Da una parte ci saranno le richieste di un settore che chiede risposte rapide e concrete. Dall'altra la Regione, chiamata a valutare strumenti e risorse disponibili.
In gioco non c'è soltanto il prezzo delle uve della prossima vendemmia. C'è il futuro di una delle eccellenze più riconosciute del Piemonte e di migliaia di aziende che ogni giorno contribuiscono a mantenere vivi paesaggi, tradizioni e comunità che il mondo intero identifica con il vino italiano.

https://www.giornalelavoce.it/news/attualita/706799/il-vino-piemontese-in-affanno-le-uve-valgono-meno-di-quanto-costano-lallarme-dei-viticoltori-arriva-in-regione.html

ISTITUZIONI

SETTORE VITIVINICOLO:
11 MILIONI PER LA PROMOZIONE DEL VINO VENETO SUI MERCATI ESTERI

L'Organizzazione Comune di Mercato (OCM) vino è la regolamentazione unica dell'Unione Europea che detta alcune norme riguardanti il settore vitivinicolo, sia per quanto riguarda le norme di produzione che i contributi a fondo perduto assegnati alle aziende. I finanziamenti e i contributi dell'OCM vino sono assegnati dal Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste (Masaf) e dagli assessorati per l'agricoltura delle singole Regioni e Provincie Autonome.
Con DGR n.380 del 19 maggio 2026 la Regione del Veneto ha approvato il bando OCM Vino – Promozione sui mercati dei paesi terzi, campagna 2026/2027, che assegna contributi a fondo perduto per le spese relative alla promozione del vino all'estero.
Tra le iniziative ammissibili al finanziamento figurano la partecipazione a fiere internazionali, campagne informative, attività di marketing e azioni di valorizzazione rivolte ai mercati extra Ue, con l'obiettivo di consolidare la presenza delle imprese venete all'estero e favorire l'apertura di nuovi sbocchi commerciali.
Possono beneficiare dei finanziamenti i consorzi di tutela viticoli, le associazioni di produttori vitivinicoli, le organizzazioni professionali che abbiano tra i loro scopi la promozione dei prodotti agricoli, società cooperative, ATI e ATS e i soggetti pubblici con i requisiti specificati nel bando.
La dotazione finanziaria complessiva ammonta a 13 milioni di euro e sarà destinata a sostenere attività di promozione e comunicazione nei Paesi terzi. Le risorse saranno così ripartite:
2 milioni e 400 mila euro per il pagamento dei saldi dei progetti delle campagne pregresse;
2 milioni per il finanziamento di progetti multiregionali;
9 milioni per il finanziamento di progetti regionali.
L'eventuale minore utilizzo rilevato in una delle due linee andrà, se necessario, a vantaggio dell'altra.
Le domande di contributo relative

alla campagna 2026/2027, a valere sui fondi di quota regionale, devono essere compilate e presentate utilizzando l'applicativo presente sul portale SIAN, entro e non oltre il 15 luglio 2026. Le modalità di utilizzo dell'applicativo sono definite nello specifico Manuale Utente disponibile nell'applicativo stesso.
Per consultare il testo integrale del provvedimento è possibile consultare la DGR pubblicata sul BUR della Regione del Veneto.

https://www.cliclavoroveneto.it/-/ocm-vino-2026-2027

DALL'UE VIA LIBERA DEFINITIVO AL FUTURO QUADRO NORMATIVO SULLE TEA. IL SETTORE: "DECISIONE STORICA"

Via libera finale dall'Eurocamera al futuro quadro normativo sulle Ngt, le nuove tecniche genomiche, note in Italia come Tea, Tecniche di Evoluzione Assistita. L'Aula di Strasburgo, riunita oggi in Plenaria, ha confermato l'intesa politica raggiunta a dicembre 2025 con i Paesi dell'Unione Europea, bocciando tutti gli emendamenti presentati, e mantenendo, quindi, la distinzione tra piante derivate da Ngt di categoria 1 (quelle considerate "equivalenti alle piante convenzionali") da esentare dalle attuali norme sugli Ogm, che non saranno etichettate, ma i cui semi avranno obbligo di etichettatura, e le piante di categoria 2, con modifiche genomiche più complesse da etichettare ed alle quali applicare le norme sugli Ogm. Leggi che si applicheranno sia alle piante originarie dell'Europa sia a quelle importate. Il Regolamento entrerà in vigore 20 giorni dopo la pubblicazione in Gazzetta ufficiale e si applicherà dopo 2 anni.

"Il via libera dell'Europarlamento al nuovo Regolamento Ngt rappresenta una svolta epocale per il futuro dell'agricoltura italiana ed europea e premia il lavoro da noi portato avanti in questi anni per non privare le aziende agricole di un'opportunità decisiva per combattere i cambiamenti climatici e ridurre l'uso di input chimici - commentano Coldiretti e Filiera Italia - l'obiettivo è ora quello di mettere le Tea rapidamente a disposizione delle imprese per continuare a produrre qualità, salvaguardando al tempo stesso territorio, reddito agricolo e competitività". Le nuove tecniche genomiche, ricordano le due organizzazioni agricole, non hanno nulla a che fare con i vecchi Ogm transgenici, ma permettono di riprodurre in modo mirato i meccanismi della selezione naturale per rispondere alle crescenti sfide ambientali e produttive: "non si tratta di nuove specie, ma di un'evoluzione delle varietà esistenti, in grado di sviluppare una maggiore resistenza allo stress idrico e alle principali fitopatie, come l'oidio, con benefici anche sul fronte della riduzione degli agrofarmaci". Un esempio è l'esperienza della prima vite di Sangiovese coltivata attraverso le nuove tecniche genomiche, grazie a un progetto di ricerca innovativo portato avanti da Coldiretti Toscana e Vigneto Toscana insieme al Crea-Ve e all'Università di Udine, con il coinvolgimento del Consorzio Agrario del Tirreno. La prima pianta è attualmente in crescita in vitro nei laboratori del Crea di Conegliano Veneto, con le prime applicazioni in campo previste dalla primavera del 2027.
"Dopo anni di attesa, l'agricoltura europea compie un passo avanti verso l'innovazione", è il commento di Cia-Agricoltori Italiani, per la quale "si tratta di una decisione che guarda al futuro dell'agricoltura - spiega il presidente Cristiano Fini - le nuove tecniche genomiche rappresentano uno strumento fondamentale per rafforzare la capacità delle imprese agricole di affrontare le sfide dei cambiamenti climatici e delle fitopatie, che già oggi determinano variazioni delle rese comprese tra il 20% e il 49%. Grazie all'innovazione varietale sarà possibile sviluppare piante resistenti, meno idroesigenti e più capaci di adattarsi, coniugando produttività e sostenibilità". Secondo Cia, l'approvazione del Regolamento consente, inoltre, all'Europa di recuperare il ritardo accumulato rispetto ad altri grandi Paesi produttori, dove tali tecniche sono già utilizzate da tempo, rafforzando la competitività del settore agroalimentare e offrendo ai produttori nuovi strumenti per la difesa delle colture: "l'Unione Europea non poteva più permettersi di restare indietro su un fronte così strategico - aggiunge Fini - ora sarà fondamentale garantire un'applicazione omogenea delle nuove disposizioni in tutti gli Stati membri e sostenere con adeguate risorse la ricerca e il trasferimento dell'innovazione alle aziende agricole".
Secondo il presidente Confcooperative Agroalimentare e Pesca, Raffaele Drei, "le nuove tecniche consentiranno alle aziende agricole di fronteggiare le criticità connesse ai cambiamenti climatici e di rispondere alla sempre più frequente indisponibilità di strumenti tradizionali di difesa per le colture. Il via libero odierno - continua - è al tempo stesso un'ottima notizia anche per i consumatori europei, che avranno la possibilità di scegliere coltivazioni per le quali è stato fatto un uso ridotto di agrofarmaci e fertilizzanti, in linea con la crescente attenzione verso la sostenibilità".

Nel testo ci sono, però, anche alcuni elementi contestabili. A sottolinearli è Confagricoltura che - parlando comunque, rispetto all'approvazione definitiva dell'Europarlamento al Regolamento sulle nuove tecniche genomiche, di "nuova fase per l'agricoltura europea" e allo stesso tempo anche di "traguardo rispetto a una battaglia da sempre portata avanti" dalla confederazione degli agricoltori italiani - lamenta la possibilità, contenuta nel testo di legge, per gli Stati membri di vietare sul proprio territorio la coltivazione delle piante Ngt-2 (cosiddetto opt-out nazionale): "una scelta che rischia di frammentare il mercato interno e di limitare l'accesso uniforme all'innovazione all'interno dell'Unione Europea".
E mentre il Ministro dell'Agricoltura, Francesco Lollobrigida, plaude il voto di Strasburgo affermando che si tratta di "una svolta storica per l'agricoltura europea e un risultato che l'Italia ha sostenuto con determinazione fin dall'inizio", sottolineando come come le Tecniche di Evoluzione Assistita permetteranno agli agricoltori italiani "di disporre di varietà più resistenti alle fitopatie e ai cambiamenti climatici e in grado di assicurare stabilità produttiva" e perciò "risposta concreta alle sfide che il settore primario è chiamato ad affrontare", le lodi arrivano anche dal mondo accademico. A partire dal Dipartimento di Scienze

Agrarie e Ambientali (DiSaa) dell'Università degli Studi di Milano, da anni impegnato nello sviluppo e nella sperimentazione delle Tea, secondo il quale il voto di Strasburgo rappresenta un riconoscimento del ruolo della ricerca pubblica nel costruire soluzioni concrete per l'agricoltura italiana ed europea: "oggi il Parlamento Europeo ha scritto una pagina storica della ricerca scientifica nel suo rapporto con la politica e l'opinione pubblica", ha dichiarato il direttore DiSaa, Riccardo Guidetti. Nel 2024 la Statale di Milano ha avviato, infatti, la prima sperimentazione italiana in campo di riso ottenuto con Tecniche di Evoluzione Assistita, con l'obiettivo di sviluppare piante più resistenti al brusone, una delle principali malattie fungine della coltura. Una ricerca nata nei laboratori universitari e portata in campo grazie al lavoro della professoressa di botanica generale al DiSaa, Vittoria Brambilla, e del professor Fabio Fornara del Dipartimento di Bioscienze dell'Unimi, con i loro gruppi di ricerca.

Ma ci sono anche delle voci fuori dal coro. Per esempio quella di Slow Food che parla di "tradimento nei confronti degli agricoltori, della biodiversità e dei diritti dei cittadini" contestando una decisione dove le Ngt saranno escluse da qualsiasi forma di controllo di sicurezza, dai meccanismi di tracciabilità e dagli obblighi di etichettatura, diventando di fatto invisibili una volta immessi sul mercato e rendendo impossibile individuare la responsabilità di eventuali effetti negativi. "Il Parlamento europeo ha scelto inequivocabilmente di scavare il solco, già di per sé profondo, tra l'agroindustria e una produzione di cibo rispettosa degli ecosistemi - afferma Francesco Sottile, vicepresidente di Slow Food Italia e agronomo - la deregolamentazione dei nuovi Ogm comporterà il rafforzamento di modelli agricoli legati alle monocolture, allo sfruttamento delle risorse, all'impoverimento della biodiversità e alla perdita di sovranità degli agricoltori. In questo caso si aggiunge anche una mancanza di rispetto per i consumatori che non potranno fare una scelta libera ma saranno sempre più condizionati da chi vorrà guidare i consumi secondo logiche di profitto. Un altro duro colpo contro qualsiasi auspicio di transizione agroecologica, come se le crisi globali - climatica, sociale, economica -non fossero un problema dei decisori politici di oggi, lasciando alle future generazioni la responsabilità di reagire". Ma anche la contestazione di Demeter Italia secondo il quale la decisione del Parlamento Europeo è sì "storica", ma nella sua accezione negativa. L'associazione privata di produttori, trasformatori e distributori di prodotti agricoli e alimentari biodinamici, sostiene, infatti, che il Regolamento approvato oggi "apra la strada all'esenzione della maggior parte delle piante ottenute tramite editing genetico dagli obblighi di etichettatura, tracciabilità e valutazione del rischio previsti dall'attuale normativa europea sugli Ogm". E anche che si tratta della "prima volta nella storia dell'Unione Europea in cui i legislatori riducono, anziché ampliare, le informazioni disponibili ai consumatori" sulle etichette dei prodotti alimentari. "La deregolamentazione sugli Ngt è compiuta e oggi il nostro compito è di salvaguardare con ancora maggiore forza e determinazione l'agricoltura biodinamica, gli agricoltori e i consumatori che, sempre più consapevolmente, scelgono i prodotti biologici e biodinamici per tutelare non solo la loro salute, ma anche per rispettare l'ecosistema - ha detto Enrico Amico, presidente Demeter Italia - quella di oggi è un drammatico passo indietro per l'Europa: mai prima d'ora si era messo in discussione così fortemente il diritto dei consumatori di poter scegliere cosa portare a tavola. E questo accade sotto le pressioni delle grandi multinazionali. Con questa legge si apre totalmente la strada alle sementi brevettate. Ed è un tema che ci riguarda direttamente: l'agricoltura biodinamica ha sempre valorizzato e tutelato l'autoproduzione delle sementi, la custodia delle varietà antiche e locali, la biodiversità come patrimonio comune. E su questo fronte ci impegneremo ancora di più. Questo capitolo non si chiude oggi".

https://winenews.it/it/dallue-via-libera-definitivo-al-futuro-quadro-normativo-sulle-tea-il-settore-decisione-storica_594209/

BANDO DELLA LOMBARDIA PER LA PROMOZIONE DEI PRODOTTI DI QUALITÀ

Regione Lombardia mette a disposizione 4,6 milioni di euro per sostenere le attività di promozione dei suoi prodotti agroalimentari di qualità. Lo prevede l'intervento SRG10 'Promozione dei prodotti di qualità', finanziato nell'ambito del Complemento per lo Sviluppo Rurale della Pac (Politica agricola comune) 2023-2027. Lo annuncia l'assessore all'Agricoltura, Sovranità alimentare e Foreste, Alessandro Beduschi.

Beduschi: produzoni certificate
sono valore aggiunto
L'assessore Alessandro Beduschi"Le produzioni certificate lombarde – dichiara l'assessore Beduschi – rappresentano un patrimonio economico e identitario straordinario". "Con questo intervento – rimarca – vogliamo rafforzare la capacità delle filiere di promuovere la qualità e la distintività dei prodotti, consolidando così la presenza sui mercati e aumentando la consapevolezza dei consumatori".

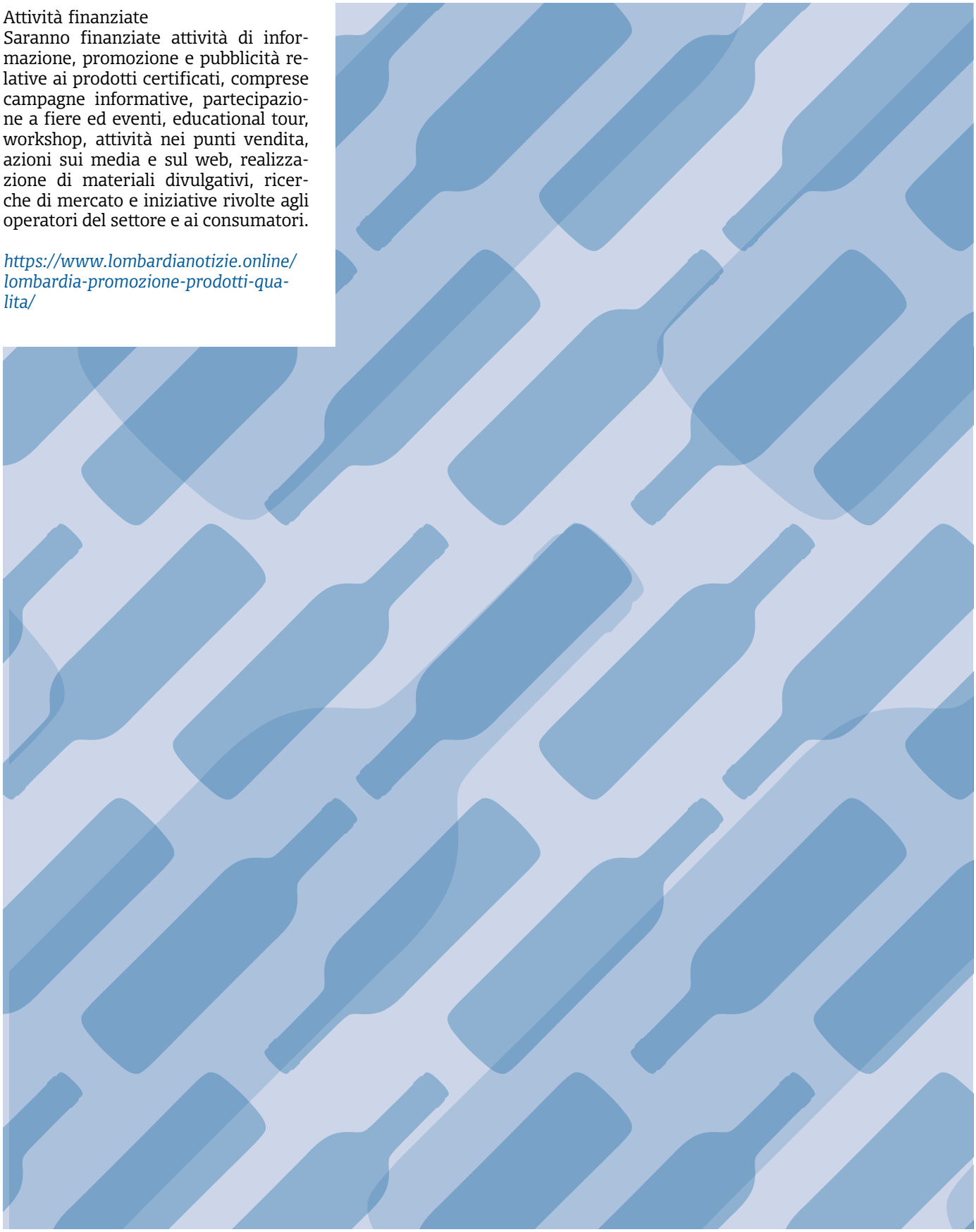
Cosa sostiene
L'intervento sostiene iniziative di informazione e promozione dedicate ai regimi di qualità riconosciuti dall'Unione europea e ai sistemi nazionali e regionali, con l'obiettivo di migliorare la redditività delle imprese agricole e agroalimentari, rafforzare le filiere e valorizzare le produzioni certificate.

Lombardia sostiene la promozione
dei prodotti di qualità
In Lombardia bando per il sostegno alle promozioni agroalimentari di qualità Possono presentare domanda consorzi e associazioni di produttori biologici, consorzi di tutela Dop e Igp, consorzi di tutela dei vini a denominazione, associazioni legate ai sistemi di qualità della produzione integrata e della zootecnia. Oltre, ovviamente, ad aggregazioni degli stessi.

Domande
Le domande possono essere presentate dal 28 maggio al 30 luglio 2026 esclusivamente in modalità telematica attraverso il sistema *Sis.Co.* di Regione Lombardia.

Attività finanziate
Saranno finanziate attività di informazione, promozione e pubblicità relative ai prodotti certificati, comprese campagne informative, partecipazione a fiere ed eventi, educational tour, workshop, attività nei punti vendita, azioni sui media e sul web, realizzazione di materiali divulgativi, ricerche di mercato e iniziative rivolte agli operatori del settore e ai consumatori.

https://www.lombardianotizie.online/lombardia-promozione-prodotti-qualita/



RICERCA E INNOVAZIONE

LO STUDIO RILEVA CHE I MODELLI DI TERROIR DIGITALE FALLISCONO NEI TEST SPAZIALI INDIPENDENTI

Uno studio pubblicato martedì su Discover Applied Sciences ha rilevato che gli strumenti di machine learning utilizzati a supporto delle indicazioni geografiche, comprese le aree vitivinicole e altri prodotti alimentari e delle bevande legati all'origine, spesso ottengono buoni risultati nei test interni ma si indeboliscono quando vengono verificati con dati spaziali indipendenti.
Il paper esamina quello che gli autori definiscono "terroir digitale", uno strato digitale pensato per collegare le qualità dichiarate di un prodotto a condizioni ambientali misurabili come suolo, clima, biodiversità, gestione del territorio e pratiche locali. I ricercatori sostengono che la credibilità delle indicazioni geografiche dipenda sempre più da sistemi in grado di verificare tali affermazioni con prove controllabili.
Lo studio è stato guidato da ricercatori affiliati a istituzioni brasiliane, tra cui la Federal University of Sergipe, la State University of Feira de Santana e la Federal Rural University of Pernambuco. Ha esaminato la letteratura scientifica pubblicata tra il 2010 e il 2025 sugli approcci di machine learning legati alle indicazioni geografiche e alla verifica dei servizi ecosistemici. Utilizzando le linee guida di revisione PRISMA-ScR, il team ha iniziato con 272 record e li ha vagliati con un sistema automatizzato a punteggio ponderato che, secondo il paper, ha raggiunto un'accuratezza tematica del 94,2%. Quel processo ha prodotto un corpus tematico finale di 148 studi per analisi descrittive, multivariate, di rete e meta-analitiche. Di questi, 25 hanno soddisfatto la soglia completa di qualità metodologica per una revisione qualitativa più approfondita, sulla base di un punteggio MMAT adattato di almeno 20 e di una misura di coerenza tra valutatori, o ICC, pari a 0,87.
I ricercatori hanno riscontrato un chiaro divario tra l'elevata accuratezza riportata nella validazione interna e risultati più deboli nei controlli esterni più rigorosi. Tra gli studi esaminati, i classificatori hanno spesso registrato un'accuratezza in validazione interna compresa tra l'80% e il 100%. Ma i modelli privi di validazione spazialmente indipendente hanno mostrato un calo medio dell'11,8% nei test di robustezza esterna, rispetto a una diminuzione del 5,6% per i modelli validati spazialmente. Il paper riporta una dimensione dell'effetto pari a d = 0,95.
Gli autori hanno inoltre rilevato una forte frammentazione metodologica nel settore. Hanno indicato una modularità di Q = 0,62 e un'eterogeneità di I^2 = 58%, valori che secondo loro segnalano metodi incoerenti che possono limitare la comparabilità e l'uso regolatorio. La conformità ai principi FAIR sui dati, che puntano a rendere i dati reperibili, accessibili, interoperabili e riutilizzabili, ha registrato una media di 34,2 su 100.
Secondo il paper, queste debolezze creano quelle che descrive come asimmetrie di verifica che potrebbero limitare l'uso di questi sistemi da parte dei regolatori o dei revisori terzi. Gli autori affermano che i modelli di machine learning per il terroir digitale dovrebbero passare da sistemi di classificazione statici a modelli adattivi, validati spazialmente e spiegabili. Propongono parametri di integrità per i lavori futuri, tra cui una degradazione esterna non superiore all'8%, strumenti di intelligenza artificiale spiegabile in grado di identificare i marcatori territoriali alla base delle decisioni del modello e una conformità FAIR di almeno 60 su 100.
I risultati potrebbero essere rilevanti per i produttori di bevande che fanno affidamento sulle indicazioni geografiche, in particolare le regioni vinicole ma anche altre categorie basate sull'origine, perché strumenti più solidi di audit digitale potrebbero aiutare a sostenere le rivendicazioni su sostenibilità e terroir con prove tracciabili. Ciò potrebbe ridurre il rischio che il marketing ambientale legato ai nomi dei luoghi superi ciò che può effettivamente essere verificato.
L'articolo è stato pubblicato in open access il 23 giugno. Gli autori hanno dichiarato di non aver ricevuto finanziamenti esterni e hanno affermato di non avere interessi concorrenti né conflitti di interesse.

https://www.vinetur.com/it/amp/20260624103233/study-finds-digital-terroir-models-falter-under-independent-spatial-tests.html

CONEGLIANO VALDOBBIADENE PROSECCO DOCG: UNO STUDIO INDICA COME AFFRONTARE IL CAMBIAMENTO CLIMATICO IN VIGNETO

Presentata la ricerca "Il vigneto e il clima che cambia": focus su gestione del suolo, risorse idriche, portinnesti innovativi e difesa dagli eventi estremi per preservare il territorio UNESCO e la qualità del Prosecco Superiore
Il cambiamento climatico sta modificando profondamente la viticoltura e impone nuove strategie di adattamento per salvaguardare qualità, sostenibilità e identità dei territori del vino. Da questa consapevolezza nasce lo studio "Il vigneto e il clima che cambia. Azioni di contrasto alle avversità climatiche per il Conegliano Valdobbiadene Prosecco", presentato dal Consorzio di Tutela del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG in collaborazione con Banca Prealpi SanBiagio.
La ricerca, illustrata a Solighetto il 15 giugno 2026, offre ai viticoltori indicazioni operative per affrontare siccità, ondate di calore, precipitazioni estreme e grandinate, fenomeni sempre più frequenti che mettono alla prova uno dei paesaggi vitivinicoli più iconici d'Italia, riconosciuto Patrimonio Mondiale UNESCO dal 2019.
Il clima cambia e la vite anticipa il suo ciclo
Lo studio si basa sulle proiezioni climatiche elaborate dal Meteorology Group dell'Universidad de Cantabria, che hanno analizzato l'evoluzione delle condizioni meteorologiche fino al 2100.
Tra i dati più significativi emerge come, negli ultimi trent'anni, il ciclo fenologico della vite si sia accorciato di circa 13-16 giorni. Secondo gli studiosi, ogni incremento di un grado centigrado comporta un anticipo di 6-8 giorni nelle principali fasi vegetative. La conseguenza è una vendemmia sempre più precoce e una maturazione delle uve che avviene

nel pieno dell'estate, con effetti diretti sull'equilibrio tra acidità, zuccheri e componenti aromatiche. Le temperature più elevate favoriscono infatti la comparsa di profili aromatici orientati verso frutta matura, note esotiche e leggere sfumature speziate.
Nonostante ciò, il Glera continua a dimostrare una buona capacità di adattamento. Secondo i ricercatori, il vitigno ha trovato proprio nell'area di Conegliano Valdobbiadene il proprio habitat ideale già tra il XVIII secolo, caratterizzato da condizioni climatiche particolarmente favorevoli che oggi consentono di assorbire parte delle variazioni termiche senza compromettere la qualità del prodotto.
Il suolo come prima strategia di adattamento
Uno dei messaggi centrali della ricerca riguarda il ruolo del terreno. Secondo gli esperti, la prima e più efficace risposta al cambiamento climatico parte dalla costruzione di un suolo vivo, ricco di sostanza organica e biodiversità microbica. Tra le pratiche consigliate figura il sovescio, ovvero la semina di essenze erbacee tra i filari che vengono successivamente incorporate nel terreno. A questa tecnica si affianca il ritorno all'utilizzo di sostanza organica in sostituzione delle concimazioni minerali. I benefici sono molteplici: maggiore capacità di trattenere l'acqua, miglior equilibrio vegetativo e riduzione dell'impatto ambientale legato all'impiego di fertilizzanti chimici. Secondo lo studio, un incremento dell'1% della sostanza organica nel terreno può consentire di trattenere fino a 300.000 litri d'acqua in più per ettaro.
Microinvasi per raccogliere l'acqua piovana
Un'altra soluzione proposta riguarda la realizzazione di piccoli bacini di raccolta delle acque meteoriche. I cosiddetti microinvasi permettono di accumulare l'acqua piovana durante i periodi più piovosi e di renderla disponibile nei mesi estivi caratterizzati da maggiore siccità. Queste strutture svolgono inoltre un'importante funzione di contenimento del deflusso superficiale durante gli eventi meteorologici intensi, contribuendo a ridurre fenomeni erosivi e piccoli smottamenti che interessano frequentemente i versanti collinari del Conegliano Valdobbiadene.
Portinnesti innovativi e gestione della chioma
Lo studio dedica particolare attenzione anche alla gestione della vite. Tra le soluzioni individuate figurano i portinnesti di nuova generazione della Serie M, in particolare l'M4 sviluppato dall'Università di Milano. Grazie alla loro capacità di sviluppare apparati radicali profondi, questi portinnesti consentono alle piante di accedere a riserve idriche più stabili e di affrontare meglio i periodi di stress idrico.
Sul fronte della gestione della chioma, i ricercatori suggeriscono di limitare interventi troppo drastici durante l'estate, favorendo una copertura fogliare capace di proteggere i grappoli dalle scottature e di preservare il profilo aromatico tipico del Glera.
Reti antigrandine e difesa dagli eventi estremi
Tra gli strumenti di adattamento proposti figurano anche le reti antigrandine a parete verticale, particolarmente adatte ai vigneti collinari della denominazione. Oltre alla protezione dagli eventi grandinigeni, queste strutture contribuiscono a ridurre l'esposizione diretta ai raggi solari, limitando il surriscaldamento degli acini durante le ondate di calore più intense e favorendo la conservazione dell'acidità e della freschezza aromatica.
Consorzio: "Servono strategie di lungo periodo"
«Questo studio rappresenta un passo fondamentale nel nostro percorso di tutela attiva del territorio- afferma Franco Adami, presidente del Consorzio di Tutela del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG-. Non possiamo più limitarci a gestire le emergenze. Abbiamo la responsabilità di guardare al futuro con una visione strategica, mettendo la ricerca al servizio della nostra comunità per preservare un patrimonio unico al mondo».
Sulla stessa linea Diego Tomasi, direttore del Consorzio, che sottolinea come la resilienza del vitigno Glera rappresenti l'elemento chiave per affrontare le trasformazioni climatiche: «Le soluzioni esistono e sono alla nostra portata. L'obiettivo è garantire ai consumatori uno standard qualitativo costante, indipendentemente dagli estremi climatici».
Anche Carlo Antiga, presidente di Banca Prealpi SanBiagio, evidenzia il valore dell'iniziativa: «Investire nella conoscenza significa aiutare le nuove generazioni a comprendere i cambiamenti in atto e a gestirli in modo efficace».
La pubblicazione sarà distribuita ai soci del Consorzio e costituirà la base per futuri incontri di formazione dedicati ai viticoltori del territorio.

https://www.igrandivini.com/news/conegliano-valdobbiadene-prosecco-docg-cambiamento-climatico-vigneto/

I RICERCATORI SVILUPPANO UN TEST PIÙ RAPIDO CHE RILEVA L'OCRATOSSINA A VICINO AL LIMITE LEGALE DEL VINO BIANCO

Uno studio pubblicato sul Journal of Hazardous Materials descrive un nuovo modo per rilevare l'ocratossina A, una micotossina regolamentata, nel vino bianco a concentrazioni vicine al limite legale, un passo che potrebbe aiutare cantine e laboratori di analisi ad accelerare lo screening mantenendo conformità e sicurezza dei consumatori.
L'ocratossina A, spesso indicata come OTA, è un contaminante che può comparire in diversi alimenti e bevande, incluso il vino. È regolamentata in molti Paesi per i suoi effetti nefrotossici e cancerogeni. Rilevarla a livelli molto bassi è rimasto difficile, soprattutto nel vino bianco, dove la complessità chimica del liquido può interferire con l'analisi.
Secondo lo studio, i ricercatori hanno sviluppato un approccio che combina un arricchimento basato su solvente con la spettroscopia infrarossa su carta con arricchimento selettivo, o PEIR. Il processo inizia estraendo l'OTA dal vino in un solvente, così che il composto diventi più concentrato. Il campione arricchito viene poi posto su un substrato di carta di cellulosa funzionalizzata progettato per adsorbire selettivamente la tossina e amplificarne il segnale spettrale. La spettroscopia infrarossa viene quindi utilizzata per identificare le bande di assorbimento caratteristiche dell'OTA sulla carta.
I ricercatori hanno riferito che il metodo è stato in grado di rilevare l'OTA a un livello pari o inferiore al massimo consentito per il vino bianco,

mostrando idoneità intorno a 2 µg/kg, che è la soglia legale richiamata nel contesto dello studio. Hanno inoltre affermato che la tecnica funziona senza una complessa separazione cromatografica, una caratteristica che può ridurre sia i tempi di analisi sia il carico di lavoro del laboratorio rispetto a flussi di prova più elaborati.
Il paper presenta il metodo come un approccio senza marcatori, cioè non basato su ulteriori etichette o marcatori molecolari per identificare la tossina. Si affida invece alla firma infrarossa della stessa OTA dopo l'arricchimento e la cattura selettiva sulla carta. In termini pratici, questo potrebbe rendere la procedura più semplice per l'uso routinario se si dimostrasse costante al di fuori degli ambienti di ricerca.
Gli autori hanno affermato che il metodo richiede solo una preparazione minima del campione e offre tempi di analisi rapidi. Lo hanno anche descritto come un'alternativa economica e affidabile per lo screening di routine nell'industria del vino. Questo è importante per il settore delle bevande perché strumenti di analisi più rapidi e semplici potrebbero migliorare la sorveglianza di un contaminante strettamente regolamentato nel vino, sostenere il controllo qualità in produzione e stoccaggio e potenzialmente ridurre i ritardi nel decidere se i lotti rispettano gli standard legali.
Per produttori, importatori e laboratori, il test dell'OTA non è solo una questione di sicurezza alimentare ma anche commerciale. Un metodo in grado di identificare la contaminazione vicino al limite legale può aiutare a individuare prima i problemi lungo la filiera. Nel vino bianco, dove i contaminanti a basse concentrazioni possono essere più difficili da isolare a causa della matrice, qualsiasi miglioramento della sensibilità senza aggiungere una grande complessità tecnica potrebbe essere utile per il monitoraggio di routine.
Lo studio non suggerisce di sostituire immediatamente i metodi normativi consolidati, ma indica una direzione analitica che potrebbe ampliare le opzioni di screening. I sistemi basati sull'infrarosso sono generalmente apprezzati per la loro rapidità, e l'abbinamento con una fase di arricchimento selettivo sembra affrontare uno dei loro principali limiti nelle bevande complesse: distinguere i contaminanti in tracce dai segnali di fondo.
Il lavoro si aggiunge agli sforzi più ampi per migliorare il rilevamento dei contaminanti nelle bevande con metodi più rapidi e meno dispendiosi in termini di risorse rispetto alle tecniche di laboratorio convenzionali. Nel vino, dove i produttori devono rispettare le norme di sicurezza contenendo al tempo stesso i costi, strumenti in grado di rilevare l'OTA vicino alle soglie legali potrebbero diventare sempre più rilevanti se validati per un uso commerciale più ampio.

https://www.vinetur.com/it/20260615102644/researchers-develop-a-faster-test-that-detects-ochratoxin-a-near-white-wines-legal-limit.html

BATTERI E FUNGHI BENEFICI "ALLEATI" DEL VINO: NUOVE SPERANZE CONTRO LE MALATTIE DELLA VITE

Le malattie del legno della vite sono una grave minaccia per il settore vinicolo globale, poiché compromettono la salute delle piante, riducono le rese e aumentano i costi produttivi. Tra queste, il disseccamento da Botryosphaeria colpisce le parti legnose entrando spesso dalle ferite di potatura e causando un declino progressivo delle viti nel tempo. Per affrontare il problema, la ricerca si sta orientando verso soluzioni sostenibili come gli agenti di controllo biologico, costituiti da batteri e funghi benefici capaci di contrastare i patogeni senza effetti negativi sull'ambiente o sulla qualità dell'uva. Tuttavia, uno dei principali limiti di questi strumenti è la loro efficacia variabile a seconda delle condizioni climatiche, in particolare a basse temperature durante la potatura. Su questo aspetto si concentra uno studio condotto dai ricercatori dell'Università dell'Oregon Joseph DeShields, James Woodhall e Achala Kc, che hanno isolato microrganismi autoctoni da vigneti e ne hanno valutato l'azione contro il patogeno a diverse temperature.
I risultati hanno mostrato che alcuni batteri naturali, in particolare Bacillus subtilis e Bacillus velezensis, sono in grado di inibire efficacemente la crescita del fungo responsabile della malattia, superando anche prodotti già disponibili sul mercato e mantenendo prestazioni stabili anche a basse temperature. La ricerca evidenzia, quindi, il potenziale dei microrganismi locali come strumenti più affidabili per la gestione delle malattie della vite. Questo approccio potrebbe essere replicato in diverse aree vitivinicole, valorizzando le risorse biologiche presenti nei vigneti per rafforzare la resilienza delle colture e ridurre le perdite economiche.
In un contesto in cui la qualità del vino dipende dalla salute delle piante, l'investimento nell'innovazione biologica rappresenta una scelta strategica sia ambientale sia economica, in grado di garantire stabilità produttiva e competitività sul mercato, conclude lo studio.

https://winenews.it/it/batteri-e-funghi-benefici-alleati-del-vino-nuove-speranze-contro-le-malattie-della-vite_592961/

NUOVO STUDIO METTE IN DISCUSSIONE LA STRATEGIA DELLA RESISTENZA NELLA SELEZIONE DEI VITIGNI

Una nuova ricerca sta mettendo in discussione un assunto diffuso nella selezione dei vitigni: che l'accumulo di più geni di resistenza garantisca sempre alle viti una protezione più forte contro la peronospora. Il risultato è rilevante per il settore vitivinicolo italiano e per i programmi di miglioramento genetico in tutta Europa, dove produttori e ricercatori spingono per varietà in grado di resistere meglio alle malattie riducendo al tempo stesso il ricorso ai trattamenti fungicidi.

Il rapporto, pubblicato da VVQ - Vigne, Vini Et Qualità, afferma che non tutte le combinazioni di geni associati alla resistenza contro la peronospora producono lo stesso effetto. In alcuni casi, aggiungere altri geni di resistenza non migliora automaticamente la difesa della vite. Questo solleva interrogativi per i breeder che hanno fatto affidamento sul gene pyramiding, la pratica di combinare più caratteri di resistenza in una sola varietà per rendere più

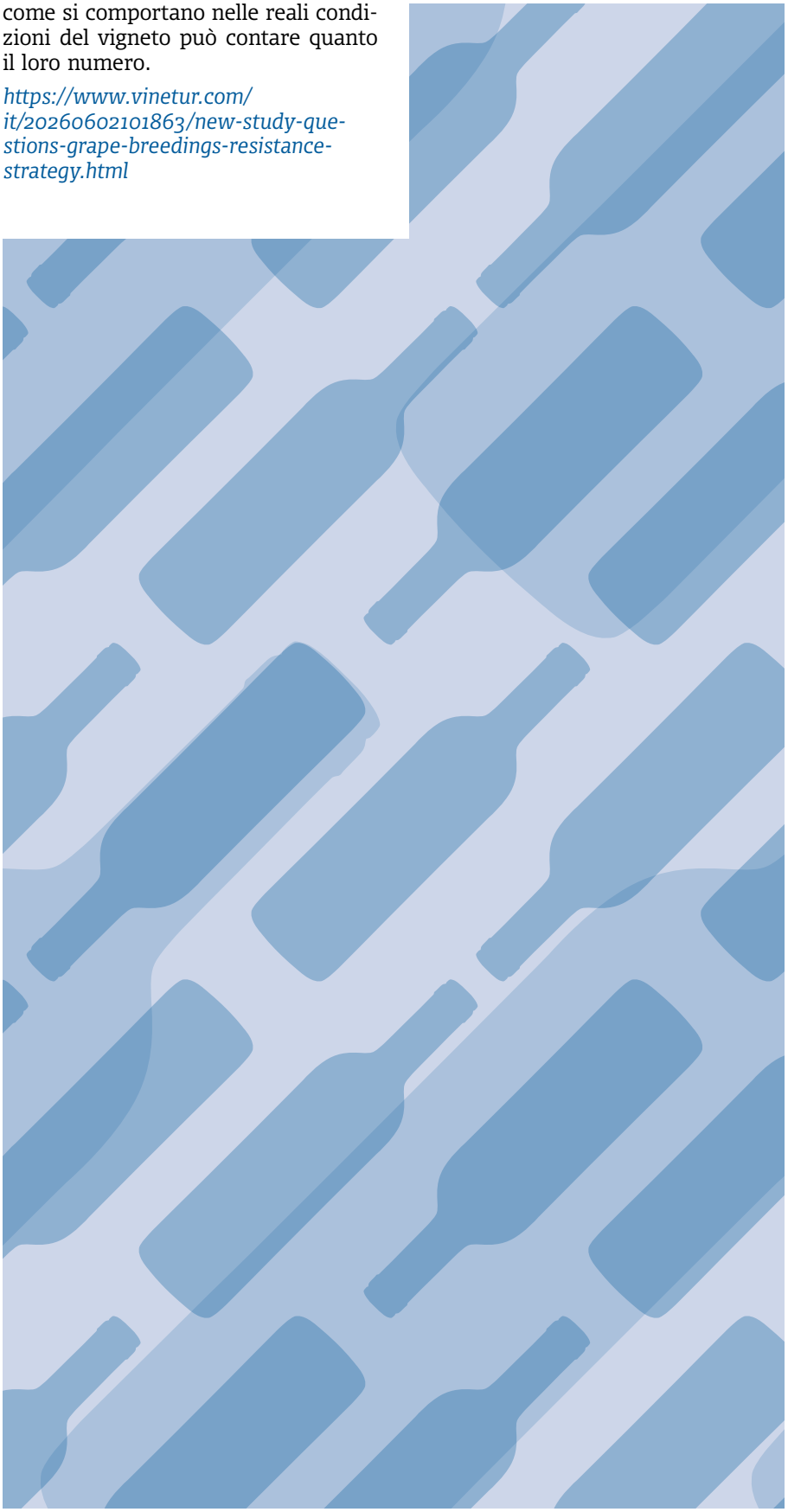
difficile ai patogeni superare le difese. La peronospora resta una delle malattie più dannose nei vigneti. Può diffondersi rapidamente in condizioni di umidità e costringere i produttori a ripetuti interventi fitosanitari nel corso della stagione. Per questo motivo, le varietà resistenti sono diventate uno strumento importante negli sforzi per ridurre l'uso della chimica, abbassare i costi e limitare la pressione ambientale. Ma le nuove evidenze suggeriscono che la strategia genetica alla base di queste varietà possa essere più complessa del previsto.

L'articolo indica che i ricercatori stanno esaminando con maggiore attenzione il modo in cui diversi geni di resistenza interagiscono tra loro. Alcune combinazioni possono funzionare bene insieme, mentre altre potrebbero non aggiungere molta protezione rispetto a quella già garantita da un singolo gene. Ciò significa che i breeder non possono dare per scontato che più geni equivalgano sempre a migliori prestazioni in campo.
Per i viticoltori, la questione è tanto pratica quanto scientifica. Se una nuova varietà viene presentata come resistente ma il suo patrimonio genetico non offre il livello di protezione atteso, i produttori potrebbero trovarsi ad affrontare una pressione della malattia inattesa e dover comunque ricorrere ai trattamenti. Questo indebolirebbe uno dei principali argomenti a favore della messa a dimora di viti resistenti.

Le conclusioni arrivano inoltre in un momento in cui l'agricoltura europea è sotto pressione per ridurre l'uso dei pesticidi senza compromettere qualità o resa delle colture. In viticoltura, questo equilibrio ha reso le varietà resistenti alle malattie un asse centrale della ricerca degli istituti e dei programmi privati di breeding. Le nuove evidenze suggeriscono che questi programmi potrebbero dover affinare il modo in cui selezionano il materiale parentale e valutano la resistenza prima di rilasciare nuovi cultivar.

Il rapporto di VVQ richiama a una lezione più ampia nella genetica vegetale: la resistenza non è solo una questione di conteggio dei geni. Il modo in cui quei geni agiscono insieme e come si comportano nelle reali condizioni del vigneto può contare quanto il loro numero.

https://www.vinetur.com/it/20260602101863/new-study-questions-grape-breedings-resistance-strategy.html



DAI CONSORZI DI TUTELA

VINO, ALTA LANGA IN CONTROTENDENZA: CRESCE LA DOMANDA E IL CONSORZIO DI TUTELA GUARDA AL NORD EUROPA

Mentre il comparto vitivinicolo piemontese continua a interrogarsi sul rallentamento di alcuni mercati e sulle possibili ricadute della congiuntura internazionale, l'Alta Langa conferma un andamento diverso. La denominazione dedicata al metodo classico piemontese continua infatti a registrare segnali positivi, sostenuta da una domanda che resta vivace e da un numero crescente di produttori che scelgono di investire nelle bollicine di alta collina.

A fare il punto è Giovanni Minetti, presidente del Consorzio Alta Langa.
"La situazione non è cambiata. L'Alta Langa è una denominazione piccola e in questo momento possiamo definirla trendy. Questa tendenza continua a essere confermata", osserva.
Secondo Minetti, il successo del vino nasce dall'incontro tra caratteristiche organolettiche e nuovi stili di consumo.
"Ha tutto quello che serve per piacere: freschezza, profumi e quella salinità che invoglia a bere ancora un bicchiere. È un vino molto adatto alla tavola, non soltanto all'aperitivo, e questo gli dà una grande versatilità nei consumi."
A fare la differenza contribuisce anche un altro elemento: la disponibilità limitata.
"Ce n'è poco e questo conta. È un prodotto che spesso manca sul mercato e bisogna prenotarlo per tempo."
Accanto alla domanda, cresce anche il numero delle aziende che hanno deciso di inserire l'Alta Langa nella propria produzione.
"Sono davvero tanti i produttori che stanno puntando su questa denominazione, che la inseriscono nei loro cataloghi e costruiscono su questo vino una parte della propria proposta. È un mondo che continua a crescere e, sotto questo aspetto, possiamo dire che sia in controtendenza."
Secondo il presidente del Consorzio, il momento favorevole riguarda più in generale il comparto degli spumanti.
"Lo spumante oggi piace. Più che parlare di vini leggeri o pesanti, direi semplicemente che i consumatori stanno mostrando un interesse crescente verso questa tipologia."
Lo sguardo è già rivolto ai mercati esteri. Dopo la recente missione a New York, il Consorzio sarà protagonista in autunno di nuove iniziative in Norvegia e Svezia, due Paesi considerati strategici per lo sviluppo della denominazione.

"Sappiamo già che i monopoli del Nord Europa stanno guardando con attenzione all'Alta Langa e hanno in programma alcuni tender dedicati. È una fase molto interessante per la denominazione."
Parallelamente prosegue anche il lavoro sulla comunicazione, tema sul quale il Consorzio insiste ormai da tempo.
"Non possiamo pensare di cambiare tutto rapidamente, perché dietro il Consorzio ci sono tante aziende diverse. Però le occasioni pubbliche per parlare di Alta Langa non mancano e stiamo cercando di utilizzarle per raccontare meglio ciò che siamo."
L'obiettivo, spiega Minetti, non è modificare l'identità del prodotto, ma renderla più riconoscibile.
"Significa raccontare l'Alta Langa per quello che è: l'espressione di un territorio straordinario e della scelta, da parte di un numero sempre maggiore di produttori, di investire su questa denominazione."

Il prossimo appuntamento sarà il 10 e l'11 luglio a Canelli, dove il Consorzio organizzerà una due giorni di seminari e approfondimenti dedicati all'Alta Langa, occasione che riunirà stampa e operatori per continuare a far conoscere una denominazione che, almeno per il momento, sembra attraversare una stagione decisamente... spumeggiante. Così la definisce, sorridendo, lo stesso presidente Minetti

https://www.targatocn.it/2026/06/30/leggi-notizia/argomenti/agricoltura-10/articolo/alta-langa-in-controtendenza-cresce-la-domanda-e-il-consorzio-guarda-al-nord-europa-1.html

LANGHE NEBBIOLO E BARBERA D'ALBA, CONSORZIO TAGLIA RESE VENDEMMIA 2026 DEL 10%

Il Consorzio di Tutela Barolo, Barbaresco, Alba, Langhe e Dogliani interviene su Langhe Nebbiolo e Barbera d'Alba con una riduzione delle rese per la vendemmia 2026. La decisione, arrivata dopo un confronto interno definito articolato, è passata ieri pomeriggio quasi all'unanimità. Solo quattro voti contrari sul Langhe Nebbiolo e due sulla Barbera d'Alba.
La linea scelta dal Consorzio guidato da Sergio Germano è chiara: prevenire tensioni future, evitare squilibri produttivi. E non farsi trovare impreparati in caso di rallentamento del mercato. Il taglio delle rese sarà del 10% e si inserisce in un percorso avviato già lo scorso anno, subito dopo l'insediamento della nuova governance.
Più in generale, il tema delle rese della vendemmia 2026 continua a tenere banco in Piemonte, come dimostra la recente bagarre sulle rese del Moscato, documentata da Winemag nelle scorse ore.
LANGHE NEBBIOLO, CRESCITA DA GESTIRE
Con i dovuti distinguo, il caso più evidente riguarda ora il Langhe Nebbiolo. Negli ultimi cinque anni la denominazione ha registrato un incremento importante degli impianti, pari a circa 500 ettari. Un dato che fotografa la forza commerciale della tipologia. Ma che impone anche una gestione più attenta.
Il Consorzio ha scelto di bloccare i nuovi impianti, lasciando però spazio alle ristrutturazioni. Una soluzione intermedia, pensata per non penalizzare del tutto il comparto e per non interrompere gli investimenti già programmati dalle aziende. Anche perché gli ettari disponibili attraverso il bando non sono stati interamente utilizzati: a fronte di una disponibilità di circa 70 ettari all'anno, nei primi due anni, 2025 e 2026, le richieste si sarebbero fermate intorno ai 50 ettari.
La scelta, dunque, non nasce da una situazione di emergenza. «Piuttosto – spiega a Winemag lo stesso presidente Sergio Germano – dalla volontà di accompagnare la crescita. Evitando che

l'aumento delle superfici si traduca, nel medio periodo, in pressione sui prezzi o in dinamiche speculative».

BARBERA D'ALBA, STESSA LOGICA

Il ragionamento riguarda anche la Barbera d'Alba. In questo caso peserebbe anche il tema dei tagli varietali consentiti dai disciplinari, con la possibilità di utilizzare una quota del 15% tra Barbera e Langhe Nebbiolo. Una leva tecnica che, in alcuni casi, può incidere sugli equilibri tra le due denominazioni.

Da qui la decisione di applicare una linea coerente anche sulla Barbera d'Alba. Il Consorzio punta a evitare spostamenti opportunistici di prodotto e a mantenere un controllo più ordinato della disponibilità sul mercato. Non una stretta contro i produttori, ma un intervento di regolazione.

PREVENIRE LA CRISI, NON RINCORRERLA

Il punto centrale è la prevenzione. Secondo Germano, i dati delle certificazioni Valoritalia indicano un quadro ancora sano. «Le denominazioni crescono – spiega il numero uno del Consorzio – non risultano ferme e non mostrano segnali di crisi strutturale. Proprio per questo è il momento di agire con atteggiamento preventivo».

La riduzione delle rese e il controllo sugli impianti «servono a evitare che l'aumento dell'offerta finisca per indebolire denominazioni oggi ancora solide». È un tema che molte aree del vino italiano stanno affrontando in ritardo. Spesso quando le giacenze sono già diventate un problema. E le quotazioni hanno iniziato a soffrire.

Nelle Langhe, la scelta è diversa: intervenire prima, mentre il trend resta tutto sommato positivo. Una posizione prudente, ma anche politica. Il Consorzio prova a tenere insieme produttori con esigenze diverse. Chi ha investito sulle denominazioni più dinamiche, chi teme eccessi produttivi. Chi chiede stabilità. E, non ultimo, chi guarda alla tenuta del valore nel tempo: un tema centrale per il Piemonte del vino, soprattutto nelle Langhe.

LA DOC LANGHE AL CENTRO DELLA COMUNICAZIONE

Il tema produttivo si lega anche alla comunicazione. Il Consorzio ha avviato proprio quest'anno un progetto dedicato alla Doc Langhe, con l'obiettivo di renderne il racconto più «completo, profondo e riconoscibile». Non solo Barolo e Barbaresco, dunque, ma anche quelle denominazioni che negli ultimi anni hanno guadagnato spazio commerciale e attenzione da parte del mercato.

Emblematico il Langhe Nebbiolo, tipologia cresciuta perché intercetta una domanda precisa: Nebbiolo più accessibile, tempi di uscita più rapidi. Posizionamento meno impegnativo rispetto alle grandi denominazioni storiche. Proprio questa crescita, però, come sempre sottolineato da Germano, «richiede una strategia più rigorosa».

Il taglio delle rese 2026 e il blocco degli impianti vanno letti proprio in questa direzione. Il Consorzio non sta frenando una denominazione in difficoltà. Sta cercando di evitare che una denominazione in salute cresca senza regole sufficienti. Nel vino, spesso, la differenza tra prevenzione e gestione della crisi passa (anche) da qui.

https://www.winemag.it/langhe-nebbiolo-barbera-d-alba-consorzio-taglia-rese-vendemmia-2026-del-10/

COLLI DI CONEGLIANO DOCG, CONSORZIO CHIAMA TERRITORIO A FARE SQUADRA

I Colli di Conegliano Docg rilanciano il tema della crescita partendo da un punto considerato decisivo dal Consorzio: rafforzare la collaborazione tra soci, istituzioni e territorio per dare alla Denominazione una traiettoria più riconoscibile e condivisa. È il messaggio emerso dall'incontro ospitato il 25 giugno a Tenuta Belvedere, a Conegliano (Treviso), dove il Consorzio ha riunito produttori, amministratori locali, rappresentanti del sistema economico e stakeholder del territorio.

A guidare il confronto è stata la presidente Isabella Collalto de Croy, alla guida del Consorzio dallo scorso dicembre, che ha indicato nella capacità di fare rete il passaggio chiave della nuova fase. "I Colli di Conegliano sono una Denominazione che ha tutte le carte per emergere, ma il suo futuro dipende dalla nostra capacità di lavorare insieme" ha dichiarato, spiegando che "come Consorzio vogliamo essere un punto di riferimento aperto e inclusivo, capace di coinvolgere soci, istituzioni e territorio in un progetto condiviso di valorizzazione. È solo facendo squadra che possiamo dare forza alla nostra identità e costruire una crescita solida e duratura".

Nel suo intervento, la presidente ha ribadito anche il posizionamento che il Consorzio intende dare alla Docg: una realtà contenuta nei numeri ma forte di una propria specificità. "La forza dei Colli di Conegliano sta nella sua unicità" ha ricordato Isabella Collalto de Croy, sottolineando che "le grandi Denominazioni sono fondamentali per il sistema, ma sono quelle più piccole a custodirne l'anima".

Il percorso indicato dal Consorzio si articola attorno a tre direttrici: valorizzazione del territorio e delle sue tradizioni, sviluppo di nuove opportunità per le giovani generazioni e rafforzamento dell'attrattività turistica attraverso esperienze autentiche. In questa cornice rientrano la presenza a Vinitaly e alle principali fiere di settore, insieme con il coinvolgimento nel programma di Conegliano Città del Vino 2026. Uno spazio rilevante è stato dedicato anche agli Incroci Manzoni, patrimonio nato dalla ricerca del professor Luigi Manzoni, sui quali il Consorzio intende avviare una riflessione strategica per rafforzarne l'identità sia sul piano normativo sia sotto il profilo del posizionamento sul mercato. È un passaggio che allarga il rilancio oltre la sola promozione della Docg e lo sposta anche sul terreno dei contenuti distintivi della Denominazione.

Nel corso dell'incontro è emerso con chiarezza anche un appello rivolto al tessuto locale. Da una parte il Consorzio ha chiesto al sistema bancario di accompagnare con una visione di lungo periodo lo sviluppo del territorio. Dall'altra ha invitato i sindaci a sostenere il percorso di rilancio della Denominazione, contribuendo a rafforzarne la visibilità anche attraverso i canali istituzionali.

Alla serata hanno preso parte numerosi sindaci dei Comuni della zona tipica, l'assessore regionale all'Agricoltura, Dario Bond, il presidente del Comitato nazionale vini e vicepresidente di Assoenologi, Michele Zanardo, esponenti del sistema bancario locale e i soci del Consorzio. Pur non presenti, Alberto Stefani e Luca Zaia hanno fatto pervenire una nota di adesione e sostegno all'iniziativa.

https://askanews.it/2026/06/26/colli-di-conegliano-docg-consorzio-chiama-territorio-a-fare-squadra/

IL CONSORZIO TUTELA DEL ROERO: "RICHIESTE 500MILA BOTTIGLIE IN PIÙ RISPETTO AL 2025"

Mentre nel mondo del vino piemontese continua il confronto sulle difficoltà dei mercati e sulle possibili misure di contenimento della produzione, dal Roero arrivano segnali meno preoccupanti rispetto a quelli registrati in altri territori.
A fare il punto è il presidente del Consorzio Tutela Roero, Massimo Damonte, che nei giorni scorsi ha condiviso con il consiglio di amministrazione gli ultimi dati disponibili sull'andamento delle due denominazioni seguite dall'ente.
"Per quanto riguarda noi, sulle due denominazioni che seguiamo non ci sono delle grandi criticità", spiega Damonte. Qualche elemento di cautela resta comunque presente. In particolare, si prevede una flessione del prezzo delle uve, legata a una domanda che continua a mostrare segnali di debolezza in alcuni mercati internazionali. Tuttavia, almeno per il momento, i numeri degli imbottigliamenti raccontano una realtà diversa.
Quest'anno sono state richieste fascette per circa mezzo milione di bottiglie in più rispetto all'anno scorso, un dato che colloca il Roero in una posizione differente rispetto ad altre denominazioni alle prese con maggiori difficoltà commerciali.
"Questa criticità al momento non ce l'abbiamo", osserva il presidente del Consorzio.
Le principali incognite arrivano infatti dall'estero. Gli Stati Uniti continuano a rappresentare un mercato strategico ma difficile da interpretare, così come diverse aree asiatiche.
"Un po' di preoccupazione c'è perché non si capisce bene come si stiano muovendo soprattutto il mercato americano e quelli asiatici, in particolare Cina e Russia. Sono mercati che in questo momento risultano difficili da leggere", afferma Damonte.
Tra gli argomenti affrontati dal consiglio di amministrazione è comparsa anche l'ipotesi di una riduzione delle rese, tema che nelle ultime settimane è entrato nel dibattito di numerose denominazioni piemontesi. Per il Roero, però, non è stata assunta alcuna decisione.
"Se ne è parlato, ma al momento non è stata presa in considerazione una riduzione delle rese", precisa Damonte, spiegando che molto dipenderà anche dalle scelte che verranno adottate dagli altri consorzi.
Secondo il presidente, gli strumenti di controllo già in vigore consentono oggi di gestire la situazione senza particolari criticità.
"Abbiamo gli impianti controllati e i blocchi. Per il momento si riesce a tamponare".
Il tema tornerà sul tavolo prima della vendemmia, ma nel frattempo il Consorzio è chiamato a un altro appuntamento importante. A luglio è infatti prevista l'assemblea per il rinnovo delle cariche sociali.
"Quest'anno scadono le cariche, ci saranno le candidature e le votazioni. Molte valutazioni slitteranno inevitabilmente a dopo questo passaggio", conclude Damonte.
Per il momento, dunque, il Roero guarda alla prossima vendemmia con prudenza ma senza particolari allarmismi, sostenuto da un andamento degli imbottigliamenti che continua a mostrare segnali positivi nonostante le incertezze dei mercati internazionali.

https://www.targatocn.it/2026/06/24/leggi-notizia/argomenti/economia-7/articolo/il-consorzio-tutela-del-roero-richieste-500mila-bottiglie-in-piu-rispetto-al-2025-1.html#goog_rewarded

GAVI DOCG, EXPORT STABILE E RIPRESA IN ITALIA: OLTRE 14 MILIONI I BOTTIGLIE VENDUTE NEL 2025

La denominazione conferma la propria vocazione internazionale con il 91% della produzione destinata ai mercati esteri. Dopo dieci anni di flessione, tornano a crescere anche le vendite nel mercato domestico, mentre la Cina accelera e l'horeca guadagna terreno sulla gdo.
Il Gavi Docg archivia il 2025 con circa 14 milioni di bottiglie vendute e una presenza sempre più consolidata sui mercati internazionali. Secondo i dati diffusi dal Consorzio Tutela del Gavi, oltre 12 milioni di bottiglie sono state esportate nel corso dell'anno, pari al 91% della produzione complessiva, confermando la denominazione tra i principali vini bianchi italiani all'estero.
Accanto alla tenuta dell'export emerge però un dato particolarmente significativo: dopo un decennio di progressiva contrazione, le vendite sul mercato italiano tornano a crescere, superando il milione di bottiglie. Un incremento contenuto nei volumi ma rilevante dal punto di vista del segnale che arriva ai produttori.

LA GRAN BRETAGNA RESTA IL PRIMO SBARCO DEL GAVI
La Gran Bretagna si conferma di gran lunga il principale mercato della denominazione, con circa 7 milioni di bottiglie commercializzate nel 2025, pari a oltre il 60% delle esportazioni complessive.
Al secondo posto si collocano gli Stati Uniti, con oltre 1,5 milioni di bottiglie e una quota vicina al 13%, seguiti dalla Germania con il 5,6%. Tra i mercati più importanti figurano anche Russia, Irlanda e Malta, mentre prosegue la crescita del Canada, che registra un aumento del 43% rispetto al 2023. Gli Emirati Arabi Uniti consolidano invece il proprio ruolo di mercato di riferimento per il Medio Oriente.
Tra i paesi asiatici, il Giappone resta il principale sbocco commerciale. A distinguersi è però soprattutto la Cina: in appena due anni l'export di Gavi Docg è passato da meno di 10mila bottiglie nel 2023 a oltre 100mila nel 2025, portando la quota sul totale esportato dallo 0,06% allo 0,82%.

IL RITORNO DEL MERCATO DOMESTICO
In Italia il consumo del Gavi continua a concentrarsi prevalentemente nelle regioni settentrionali. Il Piemonte si conferma il primo mercato nazionale, arrivando a rappresentare il 44,19% dei volumi distribuiti nel 2025, in crescita rispetto al 42,46% registrato due anni prima.
Secondo il Consorzio, il rafforzamento del mercato regionale è legato anche al crescente sviluppo dell'enoturismo e agli investimenti realizzati dalle aziende per accogliere direttamente i consumatori in cantina. Le altre regioni del nord assorbono comples-

sivamente oltre il 40% delle vendite nazionali, mentre il resto dei volumi si distribuisce tra centro e sud Italia.

PIÙ SPAZIO ALL'HORECA
Sul fronte dei canali distributivi si registra un progressivo riequilibrio tra grande distribuzione e consumo fuori casa. Pur mantenendo il primato, la gdo passa dal 58% delle vendite del 2023 al 52% del 2025. Parallelamente cresce il peso dell'horeca, che sale dal 42% al 48%.
"I dati ci confermano che il Gavi Docg è uno dei vini bianchi italiani in buona salute - commenta il presidente del Consorzio, Maurizio Montobbio - Stiamo attraversando crisi internazionali, dazi e conflitti dimostrando solidità grazie al lavoro condiviso tra produttori, Consorzio e istituzioni, tanto in vigna e in cantina quanto sui mercati, locale e internazionale".
Montobbio sottolinea inoltre il valore del recupero del mercato interno: "Guardiamo con interesse alla sua crescita, seppur accennata, che ci dice che c'è ancora spazio per lavorare sul valore del nostro vino in Italia, anche proponendoci come destinazione enoturistica. In un momento in cui il consumatore cerca sempre più il contatto diretto con il prodotto e con chi lo fa, la cantina diventa il luogo di scoperta e di relazione dove si sta spostando il consumo esperienziale del vino, rispetto al ristorante".
Quanto alle prospettive future, il presidente invita a mantenere alta l'attenzione sull'evoluzione dei mercati: "Dovremo osservare con attenzione la dinamicità dei mercati e continuare a lavorare per mantenere sempre un'identità chiara, l'attenzione alla qualità e l'ottimo rapporto qualità/prezzo che negli anni è stata la nostra forza".

https://vinonews24.it/2026/06/24/gavi-docg-export-stabile-e-ripresa-in-italia-oltre-14-milioni-di-bottiglie-vendute-nel-2025/

PROSSIMA VENDEMMIA DI ASTI DOCG: "RESE A 85 QUINTALI PER ETTARO"LA PROPOSTA APPROVATA IERI DAL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE DEL CONSORZIO ASTI DOCG PER LA PROSSIMA VENDEMMIA

La proposta approvata ieri dal Consiglio di amministrazione del Consorzio Asti Docg per la prossima vendemmia prevede rese a 85 quintali a ettaro, in linea con i quantitativi dello scorso anno, con ulteriori 15 quintali di supero e l'impegno a rivedere i parametri produttivi in funzione dell'andamento di mercato. La prospettiva è garantire equilibrio tra domanda e offerta e tutelare il valore della denominazione. La proposta sarà poi discussa il 30 giugno nel corso dell'assemblea dei consorziati.
Come nasce la proposta
"La soluzione individuata dal Cda nasce da un confronto condiviso tra le diverse componenti della filiera e si inserisce in una strategia di gestione responsabile dell'offerta – commenta Stefano Ricagno, presidente del Consorzio Asti Docg -. L'obiettivo è garantire stabilità, programmazione e valore, mantenendo la capacità di adattare le scelte produttive sulla base dell'evoluzione dei mercati. In quest'ottica – conclude Ricagno – assume particolare rilievo l'impegno espresso dalle case spumantiere nel continuare a sostenere la denominazione a le remunerazione della materia prima, confermando una linea di responsabilità e attenzione verso l'intero comparto produttivo".
Le prospettive
Nel corso della riunione, il Cda si è impegnato a fornire già nei primi mesi del 2027 un'indicazione chiara all'intera filiera. Lo farà attraverso l'analisi dei dati di mercato al 31 dicembre 2026. Qualora le vendite si mantenessero in linea con gli attuali livelli (85 milioni di bottiglie annue), la resa sarà confermata a 85 quintali per ettaro.
Un risultato che potrà ulteriormente migliorare se si dovesse registrare una ripresa dei mercati internazionali e un allentamento delle attuali tensioni geopolitiche. Nel caso in cui, invece, si rilevasse una diminuzione delle fascette consegnate rispetto agli attuali volumi di riferimento, il Consorzio orienterà la programmazione produttiva verso una resa non superiore a 80 quintali per ettaro. Il fine è tutelare il valore della denominazione nel medio e lungo periodo.
Nei primi cinque mesi 2026 il saldo dei contrassegni di Stato per il prodotto imbottigliato si è attestato a 31,5 milioni di pezzi. Il 4% in meno rispetto ai 32,8 milioni di pezzi del pari periodo dello scorso anno.

https://www.igrandivini.com/news/prossima-vendemmia-di-asti-docg-rese-a-85-quintali-per-ettaro/

BIANCO DI PITIGLIANO DOC, 60 ANNI TRA STORIA, IDENTITÀ E NUOVE PROSPETTIVE PER IL TERRITORIO

Sessant'anni di storia per una delle denominazioni più antiche della Toscana. Il Consorzio di Tutela Bianco di Pitigliano e Sovana DOC ha celebrato l'anniversario della DOC Bianco di Pitigliano con il convegno "60 anni della DOC Bianco di Pitigliano – Un patrimonio millenario che guarda al futuro", ospitato presso la Cantina di Pitigliano. L'iniziativa ha rappresentato un momento di riflessione sulle origini, sull'identità e sulle prospettive della denominazione, tra le prime riconosciute in Italia. Al centro del dibattito non solo il valore enologico del Bianco di Pitigliano, ma anche il percorso umano e produttivo che ne ha accompagnato lo sviluppo nel corso di sei decenni.
IL VALORE DI UNA COMUNITÀ
Durante il convegno è emersa la volontà di valorizzare il patrimonio costruito da produttori, aziende e generazioni che hanno contribuito a mantenere viva la denominazione. Un percorso che ha consentito a una realtà vitivinicola di dimensioni contenute di attraversare importanti trasformazioni senza perdere il legame con il proprio territorio.
Il Bianco di Pitigliano è stato indicato come espressione di una comunità che ha saputo preservare e valorizzare un patrimonio storico e culturale, riconoscendone il valore prima che concetti come identità territoriale e sostenibilità assumessero un ruolo centrale nel settore vitivinicolo.
TERROIR E UNICITÀ
DELLA ROCCIA TUFACEA
Tra gli interventi più attesi quello del professor Mario Fregoni, membro dell'Accademia della Vite e del Vino ed esperto di viticoltura. Fregoni ha approfondito il concetto di terroir, evidenziando come l'unicità di un

vino derivi dall'interazione tra varietà viticole, clima e terreno, ai quali si aggiunge il contributo dell'uomo, stimato intorno al 20% del risultato finale.
Secondo il professore, il comprensorio di Pitigliano rappresenta un esempio di forte caratterizzazione territoriale grazie alla sua origine tufacea. Proprio questo elemento distintivo potrebbe diventare un fattore ancora più centrale nella comunicazione della denominazione, fino all'ipotesi di un riferimento diretto alla "Roccia Tufacea".
L'idea di rafforzare il legame tra vino e territorio è stata uno dei temi ricorrenti dell'intera giornata di studi.
IL RUOLO DELLA DENOMINAZIONE NEL TERRITORIO
Ad aprire il convegno sono stati i saluti del sindaco di Pitigliano, Giovanni Gentili. Il primo cittadino ha ricordato come oggi il borgo sia conosciuto soprattutto per il proprio patrimonio storico e paesaggistico, mentre in passato il vino rappresentava uno degli elementi principali della sua notorietà.
Da qui la necessità di rafforzare il collegamento tra territorio e produzione vitivinicola, puntando sulla qualità e sulla valorizzazione della DOC.
Il presidente della Cantina di Pitigliano, Paolo Spicci, ha sottolineato come la qualità delle produzioni sia rimasta costante nel tempo. La sfida attuale, secondo Spicci, consiste nel riportare il Bianco di Pitigliano al centro dell'attenzione del mercato e dei consumatori, consolidandone identità e riconoscibilità.
RICERCA SCIENTIFICA, BIODIVERSITÀ E INNOVAZIONE
Ampio spazio è stato dedicato agli approfondimenti scientifici. Il professor Claudio D'Onofrio dell'Università di Pisa ha illustrato le origini e la diffusione dei vitigni presenti nella denominazione, ricostruendone le connessioni storiche e genetiche.
Paolo Storchi ha invece presentato le attività di recupero, studio e conservazione del germoplasma viticolo locale, evidenziando l'importanza della tutela delle varietà presenti nel comprensorio.
Il professor Sandro Conticelli dell'Università di Firenze ha approfondito il rapporto tra geologia e viticoltura, spiegando come i suoli di origine vulcanica contribuiscano a definire le caratteristiche distintive dei vini dell'area.
Presente anche la dottoressa Ines Tescione, in rappresentanza del Ministero dell'Ambiente, che ha espresso apprezzamento per il percorso di valorizzazione avviato dal territorio.
SOSTENIBILITÀ
E PROSPETTIVE FUTURE
Nel corso dell'evento si è parlato anche di innovazione applicata alla viticoltura. L'ingegner Giancarlo Spezia ha illustrato alcune soluzioni di viticoltura di precisione orientate a una gestione più sostenibile dei vigneti e alla riduzione dell'impiego di prodotti fitosanitari, utilizzandoli solo dove necessario.
Lo storico Angelo Biondi ha ripercorso il ruolo svolto dalla viticoltura nello sviluppo economico, sociale e culturale della comunità di Pitigliano.
Le conclusioni sono state affidate al vicepresidente del Consorzio, Edoardo Ventimiglia, che ha ricordato il lavoro svolto dai produttori che hanno contribuito alla nascita e alla crescita dell'ente. Dall'incontro è emersa la volontà condivisa di aprire una nuova fase per la denominazione, fondata sulla qualità, sulla valorizzazione dell'identità locale e sulla collaborazione tra le aziende del territorio.
L'obiettivo è accrescere il valore del Bianco di Pitigliano attraverso la sua unicità, rafforzando il legame tra vino, paesaggio, storia e comunità.

https://www.winemag.it/bianco-di-pitigliano-doc-60-anni-tra-storia-identita-e-nuove-prospettive-per-il-territorio/

INIZIO DELLE CELEBRAZIONI PER I 400 ANNI DALLA NASCITA DI FRANCESCO REDI

Un volume che intreccia storia, cultura del vino e identità politica occidentale, mettendo in dialogo il pensiero di Thomas Jefferson con il Vino Nobile di Montepulciano come simbolo di relazione tra Europa e Stati Uniti. È questo il significato al centro della presentazione in programma venerdì 19 giugno a Montepulciano (ore 16.30, Palazzo Comunale Sala del Consiglio) del volume "Il gusto della libertà. Thomas Jefferson, il Vino Nobile di Montepulciano e la nascita degli Stati Uniti", scritto da Francesco Clementi, professore ordinario di Diritto pubblico comparato presso l'Università degli Studi di Roma "La Sapienza", e Antonio Gaudioso, esperto di politiche pubbliche e docente alla Università Luiss "Guido Carli" di Roma ed edito da Il Pensiero Scientifico Editore.
L'iniziativa si inserisce nel programma degli appuntamenti dedicati a Francesco Redi e al legame tra cultura, storia e Vino Nobile di Montepulciano, offrendo una prospettiva originale sul dialogo tra Italia e Stati Uniti attraverso la figura di Thomas Jefferson. Oltre agli autori saranno presenti Susanna Crociani, Vicepresidente del Consorzio del Vino Nobile di Montepulciano, Simone Crolla, Managing Director di American Chamber of Commerce in Italy, Roberto Sgalla, Direttore del Centro Studi Americani e l'Amb. Davide La Cecilia, Inviato speciale per la ricostruzione dell'Ucraina, Ministero Affari Esteri e Cooperazione Internazionale. Il direttore de L'Espresso, Emilio Carelli, guiderà l'incontro.
«La presentazione di questo volume rappresenta un momento di grande valore culturale per il nostro territorio, perché mette in relazione la storia del Vino Nobile di Montepulciano con una figura centrale della tradizione politica occidentale come Thomas Jefferson - dichiara Andrea Rossi, presidente del Consorzio del Vino Nobile di Montepulciano - il legame con le celebrazioni per i 400 anni dalla nascita di Francesco Redi rafforza ulteriormente il significato di questa iniziativa, che apre un percorso istituzionale e culturale che ha l'obiettivo di raccontare Montepulciano attraverso la sua identità più autentica, fatta di storia, vino e visione internazionale».
Il volume celebra i 250 anni della Dichiarazione di Indipendenza degli Stati Uniti e propone una riflessione sul concetto di libertà attraverso il dialogo tra cultura americana e italiana. Il testo valorizza il ruolo di Thomas Jefferson e il significato simbolico del Vino Nobile di Montepulciano come ponte tra Europa e America, evidenziando come cultura materiale, pratiche quotidiane e circolazione dei saperi abbiano contribuito alla formazione di una società repubblicana fondata su moderazione, confronto e convivenza civile. Jefferson fu infatti tra gli estimatori del vino di Montepulciano, che

ordinava periodicamente.
Nella stessa giornata, in Piazza Grande, si terrà l'evento promosso dal Consorzio del Vino Nobile di Montepulciano con il patrocinio del Comune di Montepulciano, che segnerà l'avvio istituzionale delle celebrazioni per i 400 anni dalla nascita di Francesco Redi, autore della celebre frase "Montepulciano d'ogni vino è il re". L'iniziativa (solo su invito) rientra nelle attività in programma per tutto il 2026 e che confluiranno nella mostra internazionale in programma da marzo 2027 per rendere omaggio allo scienziato e letterato che per primo, con il suo Bacco in Toscana, ha rappresentato il vino (toscano) in un volume che già all'epoca fece il giro delle più importanti corti europee e non solo.

https://www.comune.montepulciano.si.it/vivere-il-comune/eventi/inizio-delle-celebrazioni-per-i-400-anni-dalla-nascita-di-francesco-redi/

ALTA LANGA, 25 ANNI DI CONSORZIO E UNA STORIA CHE PARTE DA LONTANO

Tempo di lettura: 3 minuti
Nel giorno del suo venticinquesimo compleanno, il Consorzio Alta Langa ha scelto di ripercorrere la propria storia attraverso una riflessione pubblicata il 15 giugno 2026, trasformando l'anniversario in un'occasione per guardare alle origini di una denominazione che oggi rappresenta una delle espressioni più riconoscibili del Metodo Classico italiano.
I venticinque anni del Consorzio coincidono infatti soltanto con una parte della storia dell'Alta Langa DOCG. Le radici di questo percorso affondano molto più indietro nel tempo, fino all'Ottocento, quando il Piemonte fu tra i protagonisti delle prime esperienze italiane nella produzione di spumanti rifermentati in bottiglia.
La vicinanza culturale e geografica con la Francia, il contributo di tecnici ed enologi e il sostegno della Casa Reale sabauda favorirono la nascita di una tradizione spumantistica destinata a lasciare un segno profondo nel panorama enologico nazionale.
Tra la fine del XIX secolo e l'inizio del XX, aziende pionieristiche come Gancia contribuirono a consolidare una vera cultura del Metodo Classico piemontese, con Canelli che divenne uno dei centri più importanti della spumantistica italiana. Le bollicine piemontesi iniziarono così a conquistare le tavole della Real Casa Savoia e ad affacciarsi sui mercati internazionali.
La storia moderna dell'Alta Langa prende però una direzione precisa il 28 febbraio 1990, quando sette storiche Case spumantiere piemontesi decisero di unire competenze e risorse per studiare il potenziale delle aree collinari piemontesi nella coltivazione di Pinot Nero e Chardonnay destinati alla produzione di Metodo Classico.
Nacque così il "Progetto Spumante Metodo Classico in Piemonte", una lunga fase di ricerca e sperimentazione che coinvolse viticoltori, produttori, tecnici e istituzioni. I primi vigneti sperimentali furono impiantati nel 1992, seguiti dalle prime prove di vinificazione e dalla definizione di quella che sarebbe diventata l'area produttiva della denominazione.
Nel 1998 venne scelto il nome Alta Langa. L'anno successivo, il 10 maggio 1999, fu presentato ufficialmente il primo spumante Alta Langa mentre proseguiva il percorso per il riconoscimento della denominazione.
La data simbolo resta però il 15 giugno 2001. Ad Asti nacque ufficialmente il Consorzio Alta Langa, formato inizialmente da 48 soci, di cui 41 viticoltori e sette Case spumantiere. Dopo oltre dieci anni di studi e investimenti, il progetto disponeva finalmente di un organismo incaricato di guidarne lo sviluppo e rappresentarne gli interessi.
I riconoscimenti arrivarono rapidamente. Nel 2002 l'Alta Langa ottenne la DOC e nel 2011 la DOCG, il massimo livello qualitativo previsto dalla legislazione vitivinicola italiana.
Da quel momento il lavoro del Consorzio si è concentrato sulla costruzione dell'identità della denominazione e sulla valorizzazione del territorio. Sono nate iniziative oggi diventate punti di riferimento per il settore, come La Prima dell'Alta Langa, inaugurata nel 2018, e Alta Langa Roma, che ha debuttato nel 2024.
Parallelamente il Consorzio ha investito nella divulgazione e nella promozione culturale, realizzando progetti come il volume "Alta Langa – Storia di una Denominazione" e la piattaforma digitale Alta Langa Academy, pensata per rendere accessibile a tutti il patrimonio di conoscenze legato alla denominazione.
Importante anche il lavoro sulle relazioni e sulle partnership.
Nel corso degli anni sono state sviluppate collaborazioni con la Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba, la Banca del Vino di Pollenzo, le Tavole Accademiche, il Teatro Regio di Torino e Italdesign, con cui sono stati realizzati oggetti simbolo come il Calice Terra e l'Alta Langa Frappeuse.
Il 2026 segna inoltre una nuova tappa nel percorso di internazionalizzazione della denominazione.
A marzo il Consorzio ha debuttato ufficialmente negli Stati Uniti con una prima iniziativa a New York, rafforzando la propria presenza sui mercati esteri.
A venticinque anni dalla fondazione, il Consorzio Alta Langa guarda dunque a un cammino costruito attraverso il lavoro condiviso di generazioni di viticoltori, produttori, tecnici e amministratori.
Un progetto nato da un'intuizione e trasformato nel tempo in una delle realtà più autorevoli del Metodo Classico italiano, capace di coniugare identità territoriale, ricerca, qualità e visione internazionale.
Fonte: Consorzio Alta Langa, approfondimento pubblicato in occasione del 25° anniversario della fondazione del Consorzio (15 giugno 2026).

https://www.lepaginedelvino.it/16668/alta-langa-25-anni-di-consorzio-e-una-storia-che-parte-da-lontano/

QUALE FUTURO PER LA DOC GARDA?

Le strategie del Consorzio: debutto della Garganega a basso grado alcolico naturale, la menzione "Crémant" per il Metodo Classico, l'estensione dell'area produttiva a Castenedolo (Brescia) e il progetto di comunicazione legato al territorio del Lago di Garda. I nuovi scenari con focus su Regno Unito e Germania.
Quale futuro per la Doc Garda? E quali le strategie che il Consorzio vitivinicolo guidato dal direttore Carlo Alberto Panont intende adottare in relazione all'attuale congiuntura economica collegata alla contrazione dei consumi,

alle tensioni internazionali, alle politiche commerciali, all'altalena dei dazi, ai nuovi stili salutistici, alla demonizzazione del vino che non può essere assimilato ad altri prodotti alcolici se assunto con moderazione durante i pasti. Questi gli interrogativi che hanno animato nei giorni scorsi alla Dogana Veneta di Lazise l'annuale appuntamento "Garda Wine Stories" dedicato quest'anno allo scenario normativo e di mercato dei prodotti vitivinicoli a grado alcolico nullo o ridotto, con un focus su Regno Unito e Germania.
Quattro le strategie messe a punto dal Consorzio: il debutto della Garganega a basso grado naturale, la menzione "Crémant" per il Metodo Classico, l'estensione dell'area produttiva a Castenedolo (Brescia) e il progetto di comunicazione "Garda 360".
La Doc Garda abbraccia le sponde delle province di Brescia, Mantova e Verona Riconosciuta nel 1996 per valorizzare i vini varietali provenienti da dieci zone storiche di produzione dell'area gardesana, la Doc Garda abbraccia le sponde delle province di Brescia, Mantova e Verona.
È una denominazione per sua natura dinamica che permette di interpretare in maniera innovativa alcuni vini non contemplati dalle denominazioni storiche su cui insiste.
Con oltre 23 milioni di bottiglie imbottigliate nel 2025, la Doc Garda ha registrato il proprio miglior risultato storico, consolidando il suo percorso di crescita sostenuto dalla capacità di proporre vini contemporanei, versatili e in sintonia con le richieste dei mercati.
Dalla vendemmia 2025 avviata la produzione di un vino a bassa gradazione naturale
La comunicazione rivestirà un ruolo sempre più importante per la promozione del Garda Doc
Dalla vendemmia 2025 la Doc Garda ha avviato la produzione di un vino a bassa gradazione naturale, ottenuto lavorando in vigna e in cantina per non superare i 9 gradi alcolici.
Un risultato reso possibile dalla modifica del disciplinare approvata nell'autunno 2025 e frutto di una visione lungimirante ha precisato Clementina Palese. Questa tipologia è la risposta alle attuali tendenze dei consumatori verso vini più leggeri e beverini, tendenza che potrebbe consolidarsi come alternativa enologica italiana ai vini No-Lo e a tutte le altre bevande a "base" di vino dealcolato.
Una alternativa italiana fondata su "vini veri" – cioè frutto di fermentazione alcolica di uve, secondo la definizione di Unione Europea e Oiv-Organizzazione Internazionale della Vigna e del Vino – che avrebbe dalla sua la miriade di vitigni autoctoni e di territori di produzione per disegnare un mosaico di offerta sui mercati internazionali, a fronte di produzioni di vino no e low alcol che crescono sì, ma poco, anche nelle proiezioni più ottimistiche.
Paolo Fiorini: "La scelta è caduta sulla Garganega per le sue note fruttate e floreali"
Paolo Fiorini, presidente del Consorzio Garda Doc
"La scelta è caduta sulla Garganega varietà più adatta per caratteristiche agronomiche ed enologiche – ha spiegato Paolo Fiorini, presidente del Consorzio (agronomo ed enologo di Cadis 1898) – con una forte connessione con il territorio e una elevata elasticità enologica, da base spumante a passito.
Con un minimo di 8 gradi alcol e 13,6 gradi Babo, valore raggiungibile nella prima decade di settembre, si preservano aromaticità e note fruttate e floreali."
Per la prima vendemmia, la 2025, la produzione conta due etichette – gradevoli all'assaggio – per circa 20.000 bottiglie, destinate a crescere dalla prossima annata.
Fiorini ha anche sottolineato un aspetto paradossale: "vendemmiando a settembre, 15 anni fa avremmo avuto dei pH bassi e acidità estremamente alte, mentre oggi proprio il cambiamento climatico rende più praticabile la produzione di vini equilibrati a basso grado naturale.
Il quadro, però, resta complesso.
Il professor Eugenio Pomarici dell'Università di Padova, ha ricordato che il mercato dei vini no e low alcol è ancora nascente, con una penetrazione limitata, tra il 5% e il 10% dei consumatori nelle principali piazze, pur in crescita in Paesi come Stati Uniti, Germania e Regno Unito.
"Restano – ha spiegato – ostacoli importanti: la percezione qualitativa non sempre positiva, la scarsa disponibilità nella ristorazione e nella distribuzione tradizionale, la debolezza della comunicazione e del passaparola.
Per i vini a basso grado naturale, che presentano vantaggi sul piano ambientale e burocratico perché più tradizionali, i nodi sono soprattutto normativi: il mancato riconoscimento legale come vino al di sotto degli 8-9 gradi alcol, l'impossibilità di usare Dop e Igp senza modifiche ai disciplinari e la necessità di dimostrare la qualità per sostenere eventuali deroghe a livello europeo."
Per i mercati del Regno Unito e della Germania importante è il rapporto qualità/prezzo
Su questo terreno si inseriscono anche le indicazioni che arrivano dai mercati esteri. Per Patrick Schmitt, Master of Wine e editor in chief del magazine Uk "The Drinks Business", i vini a basso alcol naturale possono trovare spazio nel mercato britannico, ma a condizione che lascino margini adeguati ai distributori e che non superino le 20 sterline sugli scaffali.
Anche in Germania i consumatori mostrano una forte sensibilità al rapporto qualità/prezzo e stanno riducendo i consumi di vino.
"Questi vini – ha osservato Karin Eymael, editor in chief della rivista "Weinwirtschaft" – possono contare su alcuni argomenti efficaci per il marketing: processi naturali, maggiore sostenibilità, migliori profili organolettici, gradazioni contenute e dunque più in linea con stili di vita orientati al benessere. Ma devono anche misurarsi con la concorrenza dei vini leggeri Kabinett.
Nel frttempo la Doc Garda con una seconda tornata di modifiche al disciplinare, approvate nel settembre 2025, ha aggiunto diversi vitigni e tipologie (Rebo come vino fermo, Müller Thurgau e Pinot Grigio nelle versioni vino, frizzante e spumante, le specificazioni di vitigno per Garganega e Chardonnay per spumanti e frizzanti e Corvina per le versioni rosate di entrambi) e ha perfezionato il percorso iniziato nel 2016 quando è stata introdotta la categoria spumanti con la possibilità, dalla vendemmia 2025, di usare in etichetta la menzione "Crémant" sui Metodo Classico Garda Doc, bianchi e rosé, ottenuti da uve autoctone, come la Garganega, e da varietà internazionali come lo Chardonnay.
Come ha spiegato Carlo Alberto Pa-

nont, direttore del Consorzio, sarà possibile utilizzare in etichetta la menzione "Crémant" sulle bottiglie in uscita dal 2027.
Panont ha rivendicato la scelta fatta senza voler scimmiottare la Francia, sottolineando che si tratta di una menzione prevista dall'Unione Europea.
Una menzione riservata ai vini spumanti rifermentati in bottiglia Doc o Igp ottenuti da uve raccolte a mano, pressatura soffice a grappolo intero, resa di uva in vino del 66% (100 litri di mosto ogni 150 chili di uva) e un minimo di nove mesi sui lieviti, e fissa il tenore massimo di anidride solforosa (150 mg/l) e di zucchero (50 grammi litro).
"La presenza di uve locali – ha concluso Panont – ci permetterà di produrre un Crémant di "espressione" che segnerà un passo significativo per la denominazione Garda nel suo complesso, consolidando la sua posizione nel panorama degli spumanti italiani."
La zona di produzione estesa alle colline di Castenedolo (90 ettari) nel Bresciano All'ampliamento della spumantistica Garda Doc si collega anche l'estensione della zona di produzione al territorio collinare morenico di Castenedolo, nel Bresciano, per circa 90 ettari, di cui una trentina oggi vitati.
"Abbiamo sempre ragionato in una logica di distretto piuttosto che di unità organizzativa in competizione con altri territori" ha spiegato Giovanna Prandini, vicepresidente del Consorzio (e dell'Associazione Consorzi Vini Lombrdi) al timone assieme al fratello Ettore Prandini, presidente di Coldiretti, della cantina Perla del Garda.
"L'inclusione di Castenedolo – ha aggiunto – è coerente con la prossimità alla zona di produzione della Doc Garda e con la presenza di produttori che, in quell'area, coltivano tradizionalmente varietà internazionali per la spumantistica che potranno valorizzarle grazie alla Doc Garda."
Un altro tassello della strategia territoriale è, infine, il progetto di comunicazione "Garda 360", pensato per raccontare la denominazione in tutte le sue sfaccettature, legandola in modo più stretto al territorio del Lago di Garda.
L'idea è quella di costruire un racconto capace di andare oltre la degustazione, tra paesaggio, acqua, attività outdoor ed esperienze: dalle alture del Monte Baldo alle profondità del Lago, con esplorazioni subacquee, vela, apnea e immersioni simboliche delle bottiglie di "Crémant". In parallelo, il progetto si apre anche ai temi della tutela dell'ecosistema lacustre, richiamando l'attenzione sulle 25 specie ittiche autoctone a rischio per l'impatto di 42 specie aliene invasive.
Grazie per aver letto questo articolo...
Da 20 anni offriamo una informazione libera a difesa della filiera agricola e dei piccoli produttori e non ha mai avuto fondi pubblici. Il lavoro che svolgiamo ha un costo economico non indifferente e la pubblicità dei privati, in questo periodo, è semplicemente ridotta e non più in grado di sostenere le spese.
Per questo chiediamo ai lettori, speriamo, ci apprezzino, di darci un contributo in base alle proprie possibilità. Anche un piccolo sostegno, moltiplicato per le migliaia di lettori, può diventare Importante.
Per tali liberalità ricevute non si ravvisa l'esistenza di un rapporto sinallagmatico tra le parti e pertanto non dev'essere emessa fattura (né autofattura).

https://www.egnews.it/quale-futuro-per-la-doc-garda/

MORELLINO DI SCANSANO SUPERIORE: UFFICIALE LA NUOVA MENZIONE NEL DISCIPLINARE DOCG

Il Consorzio annuncia a Firenze, durante Chianti Lovers Ꞓ Rosso Morellino 2026, l'inserimento definitivo del Superiore in Gazzetta Ufficiale. Più selezione, rese ridotte e affinamento più lungo per valorizzare il Sangiovese della costa
Il Morellino di Scansano DOCG amplia la propria identità qualitativa: nasce ufficialmente il Morellino di Scansano Superiore, inserito in via definitiva nel disciplinare di produzione e pubblicato in Gazzetta Ufficiale. L'annuncio è arrivato a Firenze, durante Chianti Lovers Ꞓ Rosso Morellino 2026, segnando un passaggio strategico per la denominazione maremmana.
Il Superiore entra nel disciplinare del Morellino di Scansano DOCG
Con la pubblicazione ufficiale delle modifiche approvate dall'Assemblea dei soci nel 2025, la menzione Superiore diventa pienamente operativa. Un passaggio che, secondo il Consorzio Morellino di Scansano, rafforza il percorso di crescita della denominazione, sempre più orientata a una maggiore selezione e a un posizionamento qualitativo definito sul mercato nazionale e internazionale.
L'ufficializzazione è stata comunicata nel contesto di Chianti Lovers Ꞓ Rosso Morellino 2026, evento dedicato alle anteprime delle nuove annate, dove il Morellino era presente con 13 aziende e 22 etichette in degustazione tra stampa, operatori e buyer internazionali.
Cosa cambia con il Morellino di Scansano Superiore
La nuova tipologia prevede:
Minimo 85% di Sangiovese
Fino a un massimo del 15% di vitigni a bacca nera non aromatici
Rese più contenute rispetto alla versione Annata
Periodo di affinamento più lungo
Immissione al consumo dal 1° gennaio del secondo anno successivo alla vendemmia
L'obiettivo è favorire una maggiore struttura e complessità espressiva, mantenendo freschezza ed equilibrio, tratti distintivi del Sangiovese della costa toscana.
Un'identità già esistente, ora riconosciuta
Come ha dichiarato Bernardo Guicciardini Calamai, presidente del Consorzio: "Con la menzione Superiore rafforziamo il nostro percorso di valorizzazione, continuando a puntare su una sempre maggiore selezione e identità. È un segnale concreto della volontà di investire sulla qualità e sulla riconoscibilità del nostro Sangiovese della costa."
E ancora: "Con il Superiore non nasce un nuovo vino, ma abbiamo scelto di dare identità a una tipologia che di fatto già esisteva. Molte aziende producevano già un vino intermedio tra Annata e Riserva, ma non era mai stato identificato e raccontato dettagliatamente. Con questo passo ne ufficializziamo l'identità."
Di fatto, il disciplinare fotografa una prassi consolidata in cantina, trasformandola in una categoria riconoscibile e comunicabile.
Un passo strategico per il posizionamento della denominazione
L'introduzione del Morellino di Scan-

sano Superiore rappresenta un'evoluzione coerente nel percorso della DOCG maremmana.
Non si tratta di moltiplicare le tipologie, ma di chiarire una fascia qualitativa intermedia tra Annata e Riserva, offrendo al mercato uno strumento di lettura più preciso.
Per una denominazione che negli ultimi anni ha lavorato su identità, coerenza stilistica e valorizzazione del territorio costiero toscano, il Superiore diventa ora un tassello strategico nel racconto del proprio Sangiovese.

https://www.igrandivini.com/news/morellino-di-scansano-superiore-ufficiale-la-nuova-menzione-nel-disciplinare-docg/

CONFRONTO SULLE PROBLEMATICHE LEGATE ALLA PRODUZIONE VITIVINICOLA DELL'UVA MOSCATO

Si è tenuto stamane al Grattacielo della Regione Piemonte l'incontro convocato dall'assessore al Commercio, Agricoltura e Cibo, Turismo, Sport e Post-olimpico, Caccia e Pesca, Parchi della Regione Piemonte Paolo Bongioanni per un confronto sulle problematiche legate alla produzione vitivinicola dell'uva moscato. L'incontro è stato richiesto dai sindaci dei 51 Comuni piemontesi del Moscato, distribuiti nelle province di Cuneo, Asti e Alessandria, e ha visto la partecipazione del Consorzio di Tutela dell'Asti Docg e Moscato d'Asti Docg con il presidente Stefano Ricagno, delle associazioni datoriali agricole, del mondo cooperativo e dei rappresentanti delle parti agricola e industriale della filiera del Moscato.
«Il Moscato d'Asti Docg e l'Asti Docg – ha dichiarato l'assessore Bongioanni – sono due eccellenze della vitivinicoltura piemontese che, pur dovendosi misurare con le criticità che toccano il vino a livello planetario quali calo e cambiamento dei consumi, crisi di mercati, dazi, guerre e aumento delle materie prime, soffrono meno di altre filiere. La Regione sta sostenendo il vino piemontese con 19 milioni di euro, di cui quasi 8 per la promozione extra Ue; ha appena stanziato 20 milioni per incentivare il ricambio generazionale e l'insediamento dei giovani agricoltori che è una delle criticità denunciate dai produttori. Accanto a queste misure strutturali, naturalmente, la sfida principale è la promozione: conquistare nuovi mercati e far apprezzare sempre più questo prodotto straordinario più conosciuto all'estero che in Italia. Per questo ho voluto l'Asti Docg Vino dell'Anno 2026: lo stiamo portando in tutti i 66 appuntamenti in Italia e nel mondo in cui il Piemonte promuove il suo agroalimentare e turismo. E abbiamo appena lanciato il nuovo cocktail "Asti Vibes" che sposa due prodotti simbolo della nostra regione come l'Asti Docg e il Vermouth di Torino Igp: stiamo lavorando con il Consorzio per innervare la sua diffusione e il consumo nei locali».
Il vitigno Moscato in Piemonte è coltivato su 9.700 ettari di vigneto distribuiti in 51 Comuni di 3 province, con 3.500 aziende agricole produttrici e 350 cantine di trasformazione. La produzione al 1° giugno 2026 (dati Consorzio di Tutela) è di 31 milioni 453mila bottiglie fascettate, con un calo del -4 % rispetto al 1° giugno 2025, l'Asti Docg in leggera crescita con +1% e una flessione più netta (-10%) del Moscato Docg dovuta principalmente al crollo del tradizionale mercato Usa. «È praticamente impossibile condizionare i mercati», sottolinea Bongioanni. «Possiamo però sforzarci di interpretarli. Su questo ci potrà dare una grossa mano dal prossimo autunno l'Osservatorio vitivinicolo che abbiamo lanciato all'ultimo Vinitaly e che stiamo strutturando. Uno strumento che, aggregando i dati disponibili ed elaborandoli con l'ausilio dell'intelligenza artificiale, potrà offrire indicazioni anche predittive su quali mercati possano essere più attrattivi per le nostre produzioni e a quali condizioni. E per affrontare in modo complessivo le diverse problematiche del comparto riconvocherò a breve in una composizione aggiornata il Tavolo Vitivinicolo regionale».

https://www.gazzettadasti.it/2026/06/18/confronto-sulle-problematiche-legate-alla-produzione-vitivinicola-delluva-moscato/

I VINI A BASSA GRADAZIONE NATURALE VOGLIONO L'INDICAZIONE IN ETICHETTA. IL PRESSING DEL CONSORZIO DOC DELLE VENEZIE

Il vino a bassa gradazione naturale, all'interno dell'ampia famiglia dei vini no-low alcol che si possono produrre in Europa e anche in Italia, deve avere una specifica indicazione in etichetta, che consenta a questa tipologia di distinguersi favorendo l'informazione nei confronti dei consumatori. L'appello è stato lanciato dal Consorzio del Doc Delle Venezie nel corso del convegno Il vino cambia: sfide ed opportunità. Il Pacchetto Vino e le sue prime applicazioni, organizzato da Unione dei giuristi della vite e del vino, la Camera civile di Mantova e Legal hackers Mantova, sabato 13 giugno presso la Cantina di Quistello.
Modifiche normative
L'ente di tutela presieduto da Luca Rigotti , che ha appena annunciato i provvedimenti per il controllo delle produzioni nella vendemmia 2026, è al lavoro da almeno un anno su un vasto progetto, ad ampio spettro, che dovrebbe portare la denominazione a produrre un Pinot grigio Doc a bassa gradazione naturale. Progetto molto lungo, delicato, che si incrocia con la necessità di introdurre nella Doc i vitigni resistenti, coinvolge numerosi enti di ricerca universitari e su cui il direttore Stefano Sequino spiega che non ci sono tempi definiti per la conclusione, dal momento che la sperimentazione sarà applicata anche alle uve della campagna 2026/27.
I tempi sono stretti, invece, nel momento in cui si vuole dare a questa specifica categoria del low alcol un adeguato riconoscimento normativo. «I vini a bassa gradazione alcolica naturale – spiega Sequino – si distinguono nettamente dai vini dealcolati e da quelli parzialmente dealcolati, in quanto la riduzione del contenuto alcolico è il risultato di interventi effettuati direttamente in vigneto e non mediante l'applicazione in cantina di tecnologie di sottrazione dell'alcol etilico». Al momento il lavoro su un futuro Pinot grigio light, tra 8 e 9 gradi alcolici, si sta concentrando su cinque cloni specifici, mentre non è stato ancora definito il

nome definitivo del prodotto.
Il 2026 sarà decisivo
Nell'ambito del processo di revisione dei decreti applicativi europei in materia di vini no-low alcol, che inizierà a breve, come spiega Sequino al settimanale Trebicchieri del Gambero Rosso, c'è tempo fino a fine 2026 per inserire le opportune modifiche alla normativa, a patto che queste vengano richieste esplicitamente dalle istituzioni competenti sui tavoli europei. Il Consorzio sta attualmente dialogando, alla base, con le associazioni di categoria del settore vitivinicolo (anche europee) e, dal lato istituzionale, col Ministero dell'agricoltura italiano e col Comitato vini per avanzare le proprie richieste. «Ci sarà tempo fino a fine anno per provare a inserire le modifiche necessarie al quadro di norme in vigore e far sì che questa tipologia di vini a bassa gradazione naturale possa ottenere un'indicazione chiara e specifica in etichetta». L'alternativa potrebbe essere data anche dal negoziato a livello europeo sulla nuova Pac che è previsto nel 2027: «Avremo diverse occasioni per portare avanti le nostre istanze», aggiunge Sequino.
Trend positivo e opportunità sui mercati esteri
I vini a bassa gradazione, secondo quanto emerso dal convegno di Quistello, rappresentano una risposta alla crisi climatica e ovviamente sono un'occasione di sviluppo e di incremento della competitività delle imprese. Nei principali mercati internazionali, il comparto low-alcol continua a registrare tassi di crescita particolarmente evidenti, ricorda il Consorzio. Negli Stati Uniti, il primo cliente di riferimento della Doc del Nord Est, che conta 230 milioni di bottiglie annue, sono stimati tra il +15% e il +18% nel periodo 2024–2028, con un valore complessivo atteso prossimo ai 4–5 miliardi di dollari entro il 2028, aprendo «nuove opportunità per le produzioni vitivinicole di qualità».

https://www.gamberorosso.it/notizie/vino/vini-bassa-gradazione-naturale-indicazione-etichetta-proposta-consorzio-doc-delle-venezie/

GAVI DOCG, OLTRE 12 MILIONI DI BOTTIGLIE ESPORTATE

Con oltre 12 milioni di bottiglie esportate, pari al 91% della produzione, il vino Gavi Docg raggiunge tutti i mercati del mondo, dall'Europa al Nord America, dall'Asia al Medio Oriente. Lo rende noto il Consorzio di tutela comunicando i dati di vendita della denominazione per l'anno solare 2025.
La Gran Bretagna rimane di gran lunga il primo mercato di riferimento del Gavi Docg, con 7 milioni di bottiglie vendute nel 2025, pari a oltre il 60% dell'export. Gli Stati Uniti si confermano al secondo posto con oltre 1 milione e mezzo di bottiglie circa (13%) la Germania si attesta al terzo con 5,6%, seguita da Russia, Irlanda e Malta dove circolano oltre 300.000 bottiglie di Gavi. Si rafforza anche il Canada in crescita del 43% sul 2023, e gli Emirati Arabi si consolidano come principale piazza del Medio Oriente.
Tra i mercati orientali, il Giappone si conferma il primo paese di assorbimento. Ma è la Cina a registrare un'accelerazione significativa nel biennio: l'export di Gavi Docg è passato da meno di 10.000 bottiglie nel 2023 – pari allo 0,06% del totale – a oltre 100.000 bottiglie nel 2025, portando la quota allo 0,82%.
All'interno dei confini nazionali, il consumo del Gavi Docg è fortemente concentrato nelle regioni settentrionali: il Piemonte rappresenta il bacino principale con il 42,46% dei volumi nazionali nel 2023 e il 44,19% nel 2025. Le altre regioni del Nord Italia seguono a breve distanza, assorbendo il 40,96% nel 2025, seguite da Centro e Sud. La lieve crescita della quota piemontese è riconducibile al crescente interesse e all'aumento degli investimenti delle cantine del territorio per l'enoturismo, il canale che porta il consumatore direttamente in cantina.
Per quanto riguarda i canali distributivi globali, la Gdo mantiene il primato delle vendite, sebbene si registri uno spostamento significativo dei pesi: la grande distribuzione passa dal 58% del 2023 al 52% del 2025, a favore del canale Horeca che sale dal 42% al 48%.
"I dati ci confermano che il Gavi Docg – commenta Maurizio Montobbio, presidente del Consorzio Tutela del Gavi: è uno dei vini bianchi italiani in buona salute. Stiamo attraversando crisi internazionali, dazi e conflitti dimostrando solidità grazie al lavoro condiviso tra produttori, Consorzio e istituzioni, tanto in vigna e in cantina quanto sui mercati, locale e internazionale. Siamo consapevoli che il Gavi – classico e contemporaneo insieme, storico nelle radici, versatile nell'abbinamento – incontra i gusti di consumatori esigenti e diversi tra loro e questo ci dà fiducia sul mercato domestico. Guardiamo con interesse alla sua crescita, seppur accennata, che ci dice che c'è ancora spazio per lavorare sul valore del nostro vino in Italia, anche proponendoci come destinazione enoturistica. In un momento in cui il consumatore cerca sempre più il contatto diretto con il prodotto e con chi lo fa, la cantina diventa il luogo di scoperta e di relazione dove si sta spostando il consumo esperienziale del vino, rispetto al ristorante.
Per quanto riguarda le sfide che ci attendono, dovremo osservare con attenzione la dinamicità di mercati e continuare a lavorare per mantenere sempre un'identità chiara, l'attenzione alla qualità e l'ottimo rapporto qualità/prezzo che negli anni è stata la nostra forza".

https://www.agroalimentarenews.com/gavi-docg-oltre-12-milioni-di-bottiglie-esportate/

NEBBIOLI ALTO PIEMONTE, ANDREA FONTANA CONFERMATO PRESIDENTE DEL CONSORZIO

Rinnovato il Consiglio di Amministrazione del Consorzio Tutela Nebbioli Alto Piemonte. Crescono le aziende associate e prosegue il percorso di valorizzazione delle dieci denominazioni del territorio
Il Consorzio Tutela Nebbioli Alto Piemonte rinnova i propri organi di governo e conferma Andrea Fontana alla presidenza. La decisione è stata presa dall'assemblea dei soci riunita il 9 giugno a Gattinara, che ha eletto il nuovo Consiglio di Amministrazione chiamato a guidare il Consorzio in una fase di crescita e consolidamento delle denominazioni dell'Alto Piemonte.

La riconferma di Fontana arriva in un momento particolarmente dinamico per il territorio vitivinicolo che comprende le province di Novara, Vercelli, Biella e Verbano-Cusio-Ossola, rappresentando dieci denominazioni tra DOCG e DOC che negli ultimi anni hanno rafforzato la propria visibilità sui mercati nazionali e internazionali.
Un territorio che punta sulla qualità del Nebbiolo
Con circa 850 ettari rivendicati a denominazione e una produzione che sfiora i 2 milioni di bottiglie all'anno, l'Alto Piemonte rappresenta una delle aree più interessanti della viticoltura italiana legata al Nebbiolo. Il territorio comprende le denominazioni Gattinara DOCG, Ghemme DOCG, Boca DOC, Bramaterra DOC, Fara DOC, Lessona DOC, Sizzano DOC, Colline Novaresi DOC, Coste della Sesia DOC e Valli Ossolane DOC, ciascuna caratterizzata da una forte identità territoriale.
A rendere unico il Nebbiolo dell'Alto Piemonte è soprattutto la straordinaria varietà geologica dei suoli, formati da porfidi vulcanici, graniti, argille, sabbie marine fossili e depositi morenici di origine glaciale. Un mosaico che si traduce in interpretazioni molto diverse del vitigno, accomunate da eleganza, freschezza e capacità evolutiva.
Andrea Fontana confermato alla guida del Consorzio
Per il nuovo mandato Andrea Fontana, titolare dell'Azienda Platinetti Guido, continuerà a guidare il Consorzio.
"Questo rinnovo non è un punto di arrivo, è una ripartenza – ha dichiarato Fontana –. Portiamo avanti un lavoro già in pieno svolgimento, con la determinazione di chi sa dove vuole arrivare. Il nostro territorio ha tutto quello che serve per crescere sui mercati internazionali: qualità nei vini, storia nelle denominazioni e la passione dei produttori".
Secondo il presidente, la crescita delle aziende aderenti rappresenta un segnale importante di fiducia verso il progetto comune: "La crescita e l'aumento delle aziende consorziate significa che c'è fiducia nel territorio e nel lavoro collettivo. Lavoreremo per rendere l'Alto Piemonte sempre più riconoscibile sui mercati italiani e internazionali".
Il nuovo Consiglio di Amministrazione
Il nuovo Consiglio di Amministrazione rappresenta tutte le denominazioni tutelate dal Consorzio.
Accanto al presidente Andrea Fontana siedono:
Lorella Zoppis e Cinzia Travaglini per Gattinara DOCG;
Mattia Donna per Ghemme DOCG;
Michela Carlone per Boca DOC;
Mattia Antoniotti per Bramaterra DOC;
Marco Minoggio per Fara DOC;
Riccardo Giovannini per Lessona DOC;
Paolo Cominoli per Sizzano DOC;
Marco Garrone per Valli Ossolane DOC;
Sara Paladini, Giorgio Ioppa, Gilberto Boniperti ed Enrico Crola per Colline Novaresi DOC;
Lorenzo Vercellino e Giacomo Colombera per Coste della Sesia DOC.
L'assemblea ha inoltre nominato il nuovo Collegio Sindacale, presieduto dal dottor Andrea Mattaliano.
Un percorso di crescita tra promozione e identità territoriale
Negli ultimi anni il Consorzio ha intensificato le attività di promozione attraverso la partecipazione alle principali manifestazioni del settore, da Vinitaly agli appuntamenti internazionali nel Nord Europa, oltre a masterclass, educational tour e degustazioni dedicate alla stampa specializzata.
Tra i progetti strategici avviati figurano la registrazione dei marchi "Alto Piemonte" e "Taste Alto Piemonte", la revisione dei disciplinari delle denominazioni tutelate e il percorso che punta alla creazione di una nuova denominazione ombrello "Alto Piemonte", capace di rafforzare il riconoscimento del territorio sui mercati mondiali.
Gattinara, Ghemme e le piccole denominazioni che conquistano i mercati
Le due DOCG del territorio, Gattinara e Ghemme, rappresentano da tempo punti di riferimento per la critica internazionale grazie a vini caratterizzati da struttura, eleganza e longevità. Accanto a loro, denominazioni di dimensioni più contenute come Boca, Bramaterra, Lessona, Fara e Sizzano stanno attirando l'attenzione di un numero crescente di appassionati e collezionisti, grazie a produzioni limitate e a una forte identità territoriale.
Le DOC Colline Novaresi, Coste della Sesia e Valli Ossolane completano il quadro produttivo, offrendo una gamma articolata di interpretazioni che contribuiscono a raccontare la ricchezza vitivinicola dell'Alto Piemonte.
Con il rinnovo delle cariche e una crescente partecipazione delle aziende al progetto consortile, il territorio guarda al futuro con l'obiettivo di consolidare la propria presenza nei mercati internazionali e rafforzare il posizionamento di uno dei distretti più affascinanti del Nebbiolo italiano.

https://www.igrandivini.com/news/nebbioli-alto-piemonte-andrea-fontana-presidente-consorzio/

CHIANTI DOCG, DAL ROSÉ ALLE "TERRE DI VINCI". LE NOVITÀ DEL DISCIPLINARE

Il Chianti Docg si rafforza e rilancia con l'entrata in vigore del nuovo disciplinare di produzione, approvato dal Ministero dell'Agricoltura, della Sovranità Alimentare e delle Foreste, pubblicato in Gazzetta Ufficiale.
È il più significativo aggiornamento degli ultimi anni, frutto del percorso avviato dal Consorzio Vino Chianti nel 2020 per adeguare la denominazione all'evoluzione del settore.
Debutta il Chianti Rosé Docg, una nuova tipologia pensata per ampliare l'offerta della denominazione in un segmento in costante crescita sul mercato italiano e su quelli internazionali.
E viene introdotta la nuova sottozona "Terre di Vinci", che entra ufficialmente nella geografia del Chianti Docg valorizzando un'area di grande rilievo storico e vitivinicolo, legata alla terra natale di Leonardo da Vinci, dopo un lungo percorso voluto fermamente dalle aziende del territorio.
Si rafforzano i controlli a tutela della trasparenza e dei consumatori. Diventa obbligatorio ottenere il certificato di idoneità dell'Organismo di Controllo prima del trasferimento delle partite di Chianti e Chianti Superiore destinate alla commercializzazione.
È inoltre prevista la comunicazione preventiva allo stesso organismo per il trasferimento di vino nuovo ancora in fermentazione destinato alla Docg.
"Queste modifiche rappresentano il punto di equilibrio tra identità e innovazione – commenta Giovanni Busi, presidente del Consorzio Vino Chianti –. Da una parte continuiamo a difendere gli elementi che hanno

reso il Chianti uno dei vini italiani più conosciuti nel mondo; dall'altra introduciamo strumenti che consentono alle aziende di affrontare con maggiore efficacia le sfide del mercato e del cambiamento climatico".
"Il nuovo Rosé ci permette di entrare in un segmento in espansione, tanto più in un periodo particolare come quello estivo in cui solitamente il Chianti subisce un naturale rallentamento nelle vendite. Questo nuovo disciplinare – conclude Busi – è il risultato di un lavoro condiviso con la filiera che guarda al futuro senza rinunciare alla nostra storia".

https://www.agricultura.it/2026/06/15/chianti-docg-dal-rose-alle-terre-di-vinci-le-novita-del-disciplinare/

ORVIETO DOC: LA PLURALITÀ DELLE SUE ANIME, DAI BIANCHI LONGEVI ALLA PRIMA TIPOLOGIA ITALIANA A 10 GRADI

È probabilmente questa la ragione per cui il Consorzio Vino Orvieto ha scelto di intitolare "Pluralità delle anime" l'incontro che si è svolto il 25 maggio scorso nella Sala Expo del Palazzo del Capitano del Popolo. Una formula che non descrive soltanto la varietà dei vini prodotti all'interno della denominazione che si estende tra Umbria e Lazio, ma richiama la complessità di un territorio nel quale convivono suoli differenti, vitigni storici, stili produttivi diversi e persino modi differenti di immaginare il futuro del vino.
La giornata ha offerto l'occasione per osservare come questi elementi continuino a dialogare tra loro. A discuterne sono stati Vincenzo Cecci, presidente del Consorzio Vino Orvieto, l'agronomo Massimiliano Pasquini, i componenti della Commissione Tecnica Paolo Nardo e Pierpaolo Chiasso. A guidare la degustazione conclusiva è stato Riccardo Cotarella, presidente del Comitato Tecnico Scientifico del Consorzio, chiamato a ricondurre le diverse questioni emerse durante la mattinata a una riflessione più ampia sul ruolo che una denominazione storica può assumere in una fase di profonda trasformazione del settore.
La pluralità evocata nel titolo dell'incontro trova una prima spiegazione osservando il territorio. Come ha ricordato Pasquini, il comprensorio dell'Orvieto è caratterizzato dalla presenza di suoli sabbiosi, argillosi, alluvionali e vulcanici che convivono all'interno di un'area relativamente contenuta. I fossili che ancora emergono nei vigneti testimoniano l'origine marina di questi terreni, mentre l'influenza del complesso vulcanico dei Monti Vulsini contribuisce a creare condizioni differenti anche a breve distanza.
Non è una distinzione soltanto geologica. Cambiano la disponibilità idrica, il comportamento delle vigne, i tempi di maturazione e, di conseguenza, il profilo dei vini. Quando Pasquini definisce ogni vino «l'impronta digitale di un microcosmo», sintetizza proprio questo rapporto tra luogo e risultato finale.
La stessa articolazione emerge parlando delle varietà che compongono l'Orvieto. Paolo Nardo ha ricordato come il disciplinare si fondi su Grechetto e Procanico, affiancati da varietà storiche come Verdello, Drupeggio e Malvasia Bianca Lunga. Un patrimonio che conserva la memoria dei vecchi vigneti promiscui e che continua a offrire ai produttori margini interpretativi significativi.
Territorio e varietà rappresentano il punto di partenza. La degustazione finale ha mostrato come questi elementi possano tradursi in espressioni profondamente diverse tra loro.
I quattro vini selezionati per l'assaggio raccontavano altrettante possibilità della denominazione: un Orvieto a basso grado alcolico, un Classico Superiore, una vecchia annata e una Muffa Nobile.
La scelta di Riccardo Cotarella di aprire il tasting con la tipologia a 10 gradi non è stata casuale. L'Orvieto DOC è stata la prima denominazione italiana ad introdurre ufficialmente questa possibilità all'interno del disciplinare. Come spiegato da Pierpaolo Chiasso, il risultato non deriva da pratiche di dealcolazione, ma da una diversa gestione agronomica e vendemmiale, costruita per preservare acidità, freschezza e integrità aromatica delle uve.
Nel calice il vino appare teso, agrumato, sapido. Ma il dato più interessante non riguarda soltanto il profilo sensoriale. Questa scelta pone una questione che riguarda molte denominazioni italiane: fino a che punto la tutela coincide con la conservazione dell'esistente? La risposta che emerge dall'esperienza dell'Orvieto sembra suggerire una lettura diversa. La continuità non passa necessariamente dall'immobilità. Può passare anche dalla capacità di adattare strumenti e tipologie produttive alle condizioni che cambiano, mantenendo riconoscibile il legame con il territorio.
La degustazione ha offerto una seconda prospettiva attraverso l'Orvieto Classico Superiore e, soprattutto, attraverso la vecchia annata che ha dato spazio ad un altro tema centrale nel racconto della denominazione: la longevità, una qualità spesso evocata ma non sempre dimostrata.
Nel caso dell'Orvieto la vecchia annata ha raccontato ciò che il tempo è in grado di aggiungere: le note minerali, i richiami agli idrocarburi, quella sfumatura di mandorla amara che appartiene alla memoria di molti Orvieto maturi raccontano un vino che continua a trasformarsi senza perdere identità. In una fase in cui il dibattito sul potenziale evolutivo dei bianchi sta tornando al centro dell'attenzione, la degustazione ha offerto un esempio concreto di come l'invecchiamento possa diventare una forma di valorizzazione e non soltanto una prova di resistenza. Se il vino a basso grado alcolico guarda alle esigenze emergenti del presente, la vecchia annata ricorda che la denominazione possiede anche una profondità storica capace di tradursi in valore enologico.
La Muffa Nobile completa il quadro da un'altra prospettiva ancora. Qui la storia passa attraverso una pratica produttiva che appartiene da secoli al patrimonio dell'Orvieto. L'alternanza tra umidità e ventilazione favorisce lo sviluppo della Botrytis cinerea, consentendo di ottenere vini nei quali concentrazione aromatica e acidità convivono in equilibrio.
Ascoltando gli interventi e osservando la sequenza dei vini proposti in degustazione, la sensazione è che in gioco non c'è semplicemente l'ampiezza delle espressioni produttive disponibili all'interno della DOC ma il modo in cui queste espressioni vengono tenute insieme in modo coerente.
Il vino a 10 gradi non sostituisce il Classico Superiore, la ricerca di nuove occasioni di consumo non cancella il tema della longevità, la Muffa No-

bile non sopravvive come reliquia di un passato da conservare sotto vetro: ogni vino occupa uno spazio diverso all'interno dello stesso racconto.
Durante il confronto Riccardo Cotarella ha richiamato più volte la necessità di misurarsi con i cambiamenti del mercato, osservando che «si possono avere tutte le filosofie del mondo, ma se non si trovano consumatori il vino resta in cantina». Una frase che sposta il tema dalla sola dimensione tecnica a quella della sostenibilità dell'intero sistema produttivo. La scelta di introdurre una tipologia a basso grado alcolico può essere valutata anche in questa prospettiva, non come una rottura con la storia della denominazione, ma come una delle forme attraverso cui quella storia continua a confrontarsi con il presente tenendo insieme memoria, longevità, adattamento e mercato senza perdere la riconoscibilità del luogo da cui tutto prende

https://horecanews.it/orvieto-doc-la-pluralita-delle-sue-anime-dai-bianchi-longevi-alla-prima-tipologia-italiana-a-10-gradi

IL CONSORZIO DEL SOAVE TAGLIA DEL 50% LA SUPERFICIE RIVENDICABILE A DOC A PARTIRE DALLA VENDEMMIA 2026

Il Consorzio di tutela del Soave in Italia ha approvato nuovi controlli produttivi che limiteranno in modo netto la quantità di vino che i viticoltori potranno rivendicare sotto la DOC Soave a partire dalla vendemmia 2026, in una mossa volta ad avvicinare l'offerta alla domanda e a sostenere i prezzi di uno dei bianchi più noti del Paese.
Secondo le nuove regole, ciascun produttore dovrà ridurre del 50% la superficie vitata che può essere dichiarata per la produzione di Soave DOC. Contestualmente saranno ridotte anche le rese. Le misure si applicheranno alle prossime tre vendemmie e fanno parte di quello che il consorzio definisce "Progetto Identità Soave", un piano avviato due anni fa per rafforzare il posizionamento di mercato della denominazione e definirne meglio l'identità.
La decisione è stata approvata a larga maggioranza nell'ultima assemblea del consorzio, tenutasi alla Casa del Vino di Soave, nell'area veronese. Il consorzio ha affermato che i viticoltori dovranno ora prendere decisioni più anticipate e selettive in vigneto, individuando quali parcelle siano più adatte al Soave DOC e quali invece debbano essere destinate ad altri impieghi.
La misura segna un significativo aggiustamento strutturale per la denominazione. Invece di consentire che tutta la superficie vitata idonea confluisca nella produzione DOC, il consorzio chiede ai produttori di restringere il focus e concentrarsi sui siti ritenuti più adatti a un Soave di qualità. L'obiettivo dichiarato non è solo ridurre i volumi, ma anche migliorare la redditività dei vigneti e rafforzare il profilo del vino sui mercati esteri.
Il consorzio ha presentato la mossa come una risposta alle condizioni attuali del mercato. Secondo i dati citati dal gruppo, i volumi imbottigliati di Soave sono aumentati del 3% nella prima parte del 2026 rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. L'incremento, ha spiegato, rifletteva decisioni prese negli ultimi 24 mesi. Ciononostante, il consorzio ha sostenuto che sia necessaria una gestione più rigorosa per evitare un eccesso di offerta e preservare l'equilibrio del mercato.
Cristian Ridolfi, presidente del Consorzio di tutela del Soave, ha affermato che una gestione attenta della denominazione è necessaria perché rappresenta una garanzia di qualità. Ha descritto le nuove regole come un naturale passo successivo in uno sforzo più ampio per rendere la denominazione più forte e più disciplinata sotto la pressione del mercato. A suo avviso, nel tempo i produttori dovrebbero beneficiarne grazie a un migliore riconoscimento del loro lavoro, mentre i consumatori dovrebbero trovare nel bicchiere uno stile di Soave più distintivo.
Ridolfi ha inoltre richiamato le tendenze più ampie nel consumo che hanno favorito i vini bianchi freschi con gradazioni alcoliche moderate, sostenendo che il Soave è ben posizionato per beneficiare di questo cambiamento. La denominazione, basata in larga parte su uve Garganega coltivate sulle colline a est di Verona, occupa da tempo un posto importante nella produzione italiana di vini bianchi, ma come molte grandi denominazioni ha dovuto affrontare la pressione di mantenere valore adattandosi al mutare dei modelli di consumo.
Il consorzio ha detto che il sostegno alle misure è arrivato anche dalla Regione Veneto, che considera il Soave un asset strategico. Questo appoggio conta perché le modifiche che incidono sulla gestione produttiva nelle principali denominazioni italiane richiedono spesso un coordinamento tra gli organismi dei produttori e le autorità regionali.
Per i viticoltori, l'effetto pratico sarà una pianificazione immediata prima della raccolta delle uve. Dovranno decidere in anticipo quali vigneti o parcelle valga la pena riservare alle rivendicazioni DOC e quali invece saranno destinati ad altre categorie di vino o ad altri sbocchi. In questo modo una parte della strategia qualitativa della denominazione si sposta dalle decisioni in cantina alla selezione dei vigneti.
Il taglio del 50% della superficie rivendicabile a DOC è l'elemento più evidente del pacchetto e segnala quanto seriamente i leader locali considerino la necessità di controllare la produzione. In molte regioni vinicole, la sola riduzione delle rese viene usata come strumento per migliorare concentrazione o qualità. Nel caso del Soave, i regolatori stanno combinando rese più basse con una riduzione diretta della superficie idonea, creando un freno più forte alla produzione potenziale.
La mossa arriva in un momento in cui molte regioni vinicole europee stanno rivedendo livelli d'impianto, giacenze e posizionamento delle categorie mentre la domanda dei consumatori cambia sui mercati nazionali e internazionali. I vini bianchi hanno mostrato resilienza in diversi mercati, soprattutto gli stili associati a freschezza e minor tenore alcolico, ma i produttori hanno anche dovuto fare i conti con una domanda disomogenea e con pressioni sui margini.
Obbligando i produttori a scegliere le parcelle migliori per l'uso DOC, la leadership del Soave scommette che un'offerta più contenuta e una selezione più chiara dei siti possano aiutare a proteggere sia la reputazione sia i ritorni economici. Se questa strategia avrà successo dipenderà da come i vi-

ticoltori si adatteranno nel corso delle prossime tre vendemmie e dal fatto che la domanda di mercato resti abbastanza forte da assorbire volumi più piccoli ma gestiti con maggiore rigore.

https://www.vinetur.com/it/20260611102431/soave-consortium-cuts-claimable-doc-vineyard-area-by-50-starting-with-the-2026-harvest.html

VINO, BIANCO DI PITIGLIANO: 60 ANNI DELLA DOC TRA STORIA E FUTURO

– Il Bianco di Pitigliano celebra i 60 anni della Doc con una giornata dedicata alla storia della Denominazione, alla ricerca e alle prospettive della viticoltura locale. L'appuntamento è fissato per sabato 20 giugno a Pitigliano (Grosseto), con un convegno alle 11 nei locali della Cantina Cooperativa di Pitigliano e, dalle 18, con "Pitigliano Doc" in piazza della Fortezza Orsini.
L'iniziativa è promossa dal Consorzio di Tutela Doc Bianco di Pitigliano e Sovana e mette al centro una delle Denominazioni storiche del vino toscano, riletta non solo nella sua dimensione celebrativa ma anche come occasione di confronto sulle questioni che oggi attraversano il settore, dalla sostenibilità ai cambiamenti climatici, fino alla valorizzazione delle produzioni di qualità e alla promozione del territorio.
Il convegno, dal titolo "60 anni della DOC Bianco di Pitigliano – Un patrimonio millenario che guarda al futuro", sarà aperto dai saluti istituzionali del sindaco di Pitigliano Giovanni Gentili e del presidente della Cantina di Pitigliano Paolo Spicci. A moderare i lavori sarà il giornalista Paolo Mastracca.
Il programma riunisce figure del mondo accademico, tecnico e istituzionale. Tra i relatori sono annunciati Mario Fregoni, professore emerito dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, sede di Piacenza, e membro dell'Accademia della Vite e del Vino, Claudio D'Onofrio, professore dell'Università di Pisa e membro dell'Accademia della Vite e del Vino, Paolo Storchi, direttore del Crea di Arezzo e membro dell'Accademia della Vite e del Vino, Sandro Conticelli dell'Università di Firenze, Ines Tescione, funzionario ministeriale, Angelo Biondi, professore e storico del territorio, e Giancarlo Spezia, ingegnere.
Le conclusioni saranno affidate a Edoardo Ventimiglia, vicepresidente del Consorzio, che ripercorrerà l'evoluzione del Consorzio e della Denominazione, e a Stefano Formiconi, presidente del Consorzio di Tutela Bianco di Pitigliano e Sovana Doc, con un intervento dedicato allo stato attuale della viticoltura locale e alle sue prospettive.
La giornata proseguirà in serata con "Pitigliano Doc", evento curato dall'Associazione Cantine nel Tufo e dedicato alle degustazioni dei vini del territorio. Il passaggio dal convegno alla piazza costruisce così un format che tiene assieme approfondimento e assaggio, riflessione tecnica e contatto diretto con le diverse interpretazioni produttive di un'area che lega la propria identità vitivinicola alla storia di Pitigliano e della Città del Tufo.

https://askanews.it/2026/06/08/vino-bianco-di-pitigliano-60-anni-della-doc-tra-storia-e-futuro/

VINO, CONSORZIO: AL VIA SECONDA FASE DEL "PROGETTO IDENTITÀ SOAVE"

Il Consorzio di tutela del Soave ha approvato la seconda fase del "Progetto Identità Soave", con un nuovo pacchetto di misure che entrerà in vigore dalla vendemmia 2026 e che punta a rendere la Denominazione più aderente all'andamento dei mercati, rafforzando al tempo stesso valorizzazione delle produzioni e redditività dei vigneti.
La decisione è stata assunta dall'Assemblea del Consorzio, riunita recentemente alla Casa del Vino di Soave, che ha dato il via libera ad ampissima maggioranza a un insieme di regole destinate a governare le prossime tre vendemmie. Il nuovo passaggio arriva a due anni dall'avvio del "Progetto Identità Soave", definito come un insieme di buone pratiche pensate per rendere la Doc del bianco veronese più tonica e competitiva sui mercati.
A sostenere questa nuova fase c'è anche l'andamento registrato a inizio 2026. Secondo i dati comunicati dal Consorzio, l'imbottigliato è cresciuto del 3% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, un risultato che viene letto come effetto delle scelte portate avanti negli ultimi 24 mesi.
Nel concreto, le nuove misure prevedono per ciascun produttore un taglio del 50% della superficie vitata potenzialmente rivendicabile a Doc, insieme con una riduzione delle rese produttive. L'obiettivo dichiarato è mantenere un allineamento costante tra domanda e offerta, così da immettere sul mercato quantitativi ritenuti coerenti con un equilibrio complessivo della Denominazione.
Dentro questo impianto, il ruolo del viticoltore diventa centrale. Ogni azienda sarà chiamata a compiere scelte preventive sulla base della propria specializzazione, individuando fin dall'inizio quali parcelle destinare alla produzione di Doc Soave e quali invece indirizzare verso altre produzioni. Il meccanismo, nelle intenzioni del Consorzio, dovrà incidere sul miglioramento complessivo della qualità, affidando ai produttori una responsabilità diretta nella definizione del profilo della Denominazione. Tra gli interventi approvati, la riduzione del 50% della superficie rivendicabile rappresenta il passaggio più rilevante, sia per gli effetti attesi sia per il valore politico della scelta, che il Consorzio indica come ampiamente condivisa all'interno della base sociale. Sul progetto viene inoltre segnalato il sostegno della Regione del Veneto, che considera la Doc Soave un asset strategico.
"È necessario un attento governo della denominazione perché è simbolo di garanzia e qualità. Le nuove misure di gestione della denominazione, approvate nel corso dell'ultima assemblea sono la naturale evoluzione di un percorso che punta a rendere la nostra denominazione più tonica e virtuosa, rispetto alla legge aurea della domanda e dell'offerta" evidenzia Cristian Ridolfi, presidente del Consorzio, spiegando che "nel medio-lungo periodo ne beneficeranno sia i produttori, che vedranno premiato il loro lavoro, sia i consumatori, che si troveranno nei calici un vino Soave fortemente identitario. Siamo infine consapevoli che oggi le tendenze di mercato premiano sempre di più vini bianchi, freschi e dal moderato contenuto alcolico e che per tale ragione, il Soave ha carte importanti da giocarsi proprio in questo

momento".

https://askanews.it/2026/06/08/vino-consorzio-al-via-seconda-fase-del-progetto-identita-soave/

GARDA DOC. LOW ALCOL, NUOVI CONSUMI E MERCATI INTERNAZIONALI NEL FUTURO DEL CONSORZIO

LAZISE (VR) – Una denominazione in forte crescita, capace di interpretare i cambiamenti del mercato e di guardare alle nuove esigenze dei consumatori internazionali.
È questo il messaggio emerso dal convegno "Garda DOC: strategie di crescita e percezione nei mercati internazionali. Low alcol, versatilità e nuovi trend di consumo", promosso dal Consorzio Garda DOC presso la Dogana Veneta di Lazise.
L'incontro ha riunito studiosi, giornalisti e opinion leader internazionali per approfondire il ruolo che i vini a basso contenuto alcolico e le nuove tendenze di consumo potranno avere nello sviluppo futuro della denominazione.
Il commento del presidente
"Affrontare oggi il tema dei vini a basso contenuto alcolico significa leggere con attenzione l'evoluzione della domanda internazionale, comprendere i nuovi stili di consumo e anticipare i cambiamenti che stanno interessando il settore vitivinicolo a livello globale" ha dichiarato Paolo Fiorini, Presidente del Consorzio Garda DOC.
"Sempre più consumatori ricercano vini versatili, contemporanei e coerenti con un approccio al bere più consapevole, senza rinunciare alla qualità, all'autenticità e al legame con il territorio. In questo scenario il ruolo di una denominazione è quello di interpretare il cambiamento con responsabilità e visione strategica, trasformando le nuove tendenze in opportunità di crescita per le imprese".
"Come Consorzio siamo stati la prima denominazione italiana a introdurre nel disciplinare una tipologia a gradazione ridotta, una scelta pionieristica che testimonia la volontà della DOC Garda di innovare e di fornire ai produttori strumenti concreti per rispondere alle richieste dei mercati internazionali, rimanendo al tempo stesso saldamente ancorata ai propri valori identitari".
"È proprio con questo spirito che nasce questo convegno all'interno di Garda Wine Stories: un progetto che non vuole limitarsi alla promozione della denominazione, ma che si propone come osservatorio permanente sui principali mercati del vino, sui consumatori e sulle tendenze che ne influenzano le scelte".
"Mettere attorno allo stesso tavolo analisti, giornalisti, Master of Wine, operatori e produttori significa costruire conoscenza, favorire il confronto e offrire alle aziende strumenti utili per affrontare con maggiore consapevolezza le sfide future".
"Il Garda è un territorio che ha sempre saputo evolversi senza perdere la propria identità: la crescita della nostra denominazione passa dalla capacità di guardare avanti, investire in innovazione e continuare a valorizzare ciò che ci rende unici nel panorama vitivinicolo italiano", ha concluso Fiorini.
Il convegno
Ad aprire i lavori il Presidente del Consorzio Garda DOC, Paolo Fiorini ha illustrato l'evoluzione della denominazione e i risultati raggiunti negli ultimi anni.
Con oltre 23 milioni di bottiglie imbottigliate nel 2025, la DOC Garda ha registrato il proprio miglior risultato storico, consolidando un percorso di crescita iniziato nel 2016 e sostenuto dalla capacità di proporre vini contemporanei, versatili e in sintonia con le richieste dei mercati.
Tra le più recenti innovazioni introdotte dal disciplinare spicca la possibilità di produrre il Garda Garganega con una gradazione minima di 9% vol., scelta che pone la denominazione all'avanguardia nell'interpretazione delle nuove esigenze di consumo.
I vini NoLo
Sul fronte normativo e produttivo, il Professor Eugenio Pomarici dell'Università di Padova ha delineato lo scenario dei prodotti vitivinicoli a grado alcolico nullo o ridotto, evidenziando come il segmento NoLo rappresenti oggi uno dei fenomeni più dinamici del panorama vitivinicolo mondiale.
Pur trattandosi di un mercato ancora giovane, i tassi di crescita risultano significativi e in controtendenza rispetto alla contrazione dei consumi di vino tradizionale. In base ai dati esposti dal Prof. Pomarici, il successo futuro del comparto dipenderà dalla capacità di migliorare ulteriormente la qualità organolettica dei prodotti, dall'evoluzione delle tecnologie di dealcolazione e dal sostegno alla ricerca e all'innovazione.
Il mercato UK
Uno sguardo approfondito sul Regno Unito è arrivato da Patrick Schmitt MW, editor-in-chief di The Drinks Business, che ha analizzato le opportunità di crescita dei vini a basso tenore alcolico nel mercato britannico.
Lo studio presentato ha evidenziato come il cambiamento degli atteggiamenti dei consumatori verso il consumo di alcol e l'introduzione di sistemi fiscali sempre più legati alla gradazione alcolica stiano ridefinendo il settore vinicolo nel Regno Unito. In questo contesto, i vini low alcohol rappresentano quindi uno dei segmenti più promettenti in termini di sviluppo.
L'analisi ha messo in luce come la domanda sia trainata dalla ricerca di prodotti più leggeri, adatti a un consumo moderato e compatibili con stili di vita orientati al benessere. Al tempo stesso, Schmitt ha sottolineato l'importanza di individuare corrette strategie di posizionamento, prezzo e distribuzione per intercettare efficacemente questa crescita.
In questo contesto i vini della denominazione Garda DOC rappresentano una risposta alla domanda del mercato, grazie alla propria vocazione alla freschezza, alla bevibilità e alla versatilità, di sviluppo in un mercato che continua a premiare le proposte innovative senza rinunciare alla qualità e all'identità territoriale.
Il mercato tedesco
Particolarmente significativa anche l'analisi del mercato tedesco presentata da Karin Eymael, editor-in-chief di Weinwirtschaft e Meininger's International. I dati illustrati hanno mostrato una crescita molto sostenuta del segmento dei vini analcolici e a bassa gradazione, trainata da una maggiore attenzione alla salute, dall'innovazione tecnologica e dall'evoluzione degli stili di vita pur in un contesto di riduzione generale dei consumi di vino.
Secondo Eymael, i vini naturalmente a basso tenore alcolico, nel mercato

tedesco che continua a rappresentare uno dei principali mercati mondiali e un partner strategico per il vino italiano, possono rappresentare una concreta opportunità per le denominazioni capaci di coniugare autenticità territoriale, sostenibilità e qualità.
Il futuro del settore
Il tema dell'evoluzione culturale del consumo è stato approfondito da Alessandra Piubello, giornalista di Decanter che ha affrontato il tema dei vini low alcol da una prospettiva tanto concreta quanto strategica, interrogandosi sul loro ruolo nel futuro del settore.
Più che fornire risposte definitive, il suo intervento ha aperto una riflessione sul rapporto tra innovazione, identità e nuove abitudini di consumo, evidenziando come la vera sfida per il mondo del vino sia comprendere e accompagnare il cambiamento senza perdere autenticità e valore culturale.
Le strategie per la denominazione
Il convegno si è concluso con una tavola rotonda moderata dall'enologa e wine expert Sissi Baratella, durante la quale relatori, giornalisti e produttori hanno condiviso riflessioni e strategie per il futuro della denominazione.
Dal confronto è emersa la necessità di continuare a investire nella ricerca, nella comunicazione e nell'analisi dei mercati internazionali, valorizzando al tempo stesso i punti di forza che rendono Garda DOC una realtà unica nel panorama vitivinicolo italiano: versatilità produttiva, identità territoriale e capacità di intercettare i cambiamenti dei consumatori.

https://www.agricultura.it/2026/06/08/garda-doc-low-alcol-nuovi-consumi-e-mercati-internazionali-nel-futuro-del-consorzio/

"STOP AI NUOVI VIGNETI FINO AL 2028". LA DOCG FRANCIACORTA TRACCIA LA STRADA DEL CONTENIMENTO

Fermare il rilascio di nuovi impianti viticoli di Franciacorta Docg dal 2026 al 2028. La richiesta è arrivata sul tavolo della Regione Lombardia, che ha pubblicato nel Bollettino ufficiale regionale l'istanza presentata dal Consorzio a fine aprile. L'iter dovrebbe concludersi nelle prossime settimane. Un lungo triennio per tenere sotto controllo le produzioni alla luce della complicata congiuntura di mercato e per pianificare il futuro evitando il rischio di sovrapproduzione e svalutazione della denominazione. Dopo aver ottenuto il via libera alla sospensione temporanea delle rivendicazioni a Docg dei nuovi vigneti per il 2026 (con decreto del Masaf dello scorso 23 gennaio), il Consorzio di tutela presieduto da Emanuele Rabotti va oltre e prende una decisione coraggiosa, spiegabile coi dati economici, replicando quanto fatto già fatto nel 2011 sotto la presidenza di Maurizio Zanella, quando per tre anni i nuovi impianti furono bloccati dall'ente di tutela.

Di fatto, il Franciacorta sembra correre ai ripari per anticipare eventuali turbolenze in vista della vendemmia 2026 e di quelle successive, dopo un 2025 caratterizzato da un'altalena di risultati tra mercato interno ed export. La strada è quella suggerita più volte da Unione italiana vini a livello nazionale, in un anno in cui il calo delle vendite di vino non sembra non aver fatto sconti a nessuno, neppure al segmento della spumantistica.
Riequilibrare produzione-vendite

Entrando nel dettaglio, negli ultimi sette anni (dal 2019 al 2025), l'andamento delle superfici del Franciacorta Docg ha registrato un +24,4%, passando da 2.800 ettari a 3.522 ettari del 2025. La produzione di uva rivendicata a Docg, a partire dalla clamorosa grandinata del 2017 che aveva quasi dimezzato i volumi, è stata altalenante tra i 105 e i 70 quintali per ettaro. Tuttavia, il reale potenziale produttivo «desta preoccupazioni» poiché è evidente lo squilibrio tra questo potenziale e le vendite, secondo quanto rilevato dallo stesso Consorzio nel documento tecnico-economico presentato in Regione Lombardia, con cui si chiede lo stop ai nuovi impianti. Nel solo 2025, ad esempio, a fronte di un potenziale di 27 milioni di bottiglie di Franciacorta Docg ne sono state vendute 19,4 milioni, con un divario di oltre 7 milioni di pezzi.
Il quadro fino al 2028

Divario che rischia di allargarsi nel tempo. Proiettando, infatti, il rapporto tra vendite e giacenza vendibile alla fine del 2028, senza alcun intervento di limitazione dei nuovi impianti e considerando i lunghi tempi di affinamento delle varie annate, il Consorzio stima un divario molto alto: 43 milioni di bottiglie di giacenza vendibile (dai 27,5 del 2025) a fronte di vendite poco superiori ai 20,5 milioni di pezzi (previste in lieve crescita rispetto ai 19,4 di bottiglie del 2025). «Il rapporto tra il venduto e la giacenza vendibile tenderebbe a spostarsi da circa il 70% degli anni 2024 e 2025, a circa il 47% nel 2028. La previsione per il 2028 – scrive l'Osservatorio economico del Consorzio Franciacorta – è quindi di avere una capacità di vendita inferiore alla metà delle bottiglie vendibili». Da qui la scelta di un «un intervento riequilibratore, che deve necessariamente partire una da sospensione temporanea del rilascio di nuove autorizzazioni all'impianto». La relazione tecnico-economica delinea una previsione di produzione e giacenze su cui il Consorzio è già efficacemente intervenuto, modificando in modo significativo gli scenari da qui al 2028. «Qualora si rendesse necessario, verranno attuati ulteriori interventi per riequilibrare il mercato, sempre nell'ottica di tutelare la denominazione e garantire la qualità delle nostre produzioni. La relazione, nata proprio per evidenziare l'urgenza di misure correttive, ha conseguito gli obiettivi auspicati», precisa ulteriormente il Consorzio in una nota.

https://www.gamberorosso.it/notizie/vino/franciacorta-docg-stop-nuovi-vigneti-fino-2028/

VINI, NON PIÙ TOSCANO MA "TOSCANA IGT". E VIA LIBERA AGLI SPUMANTI

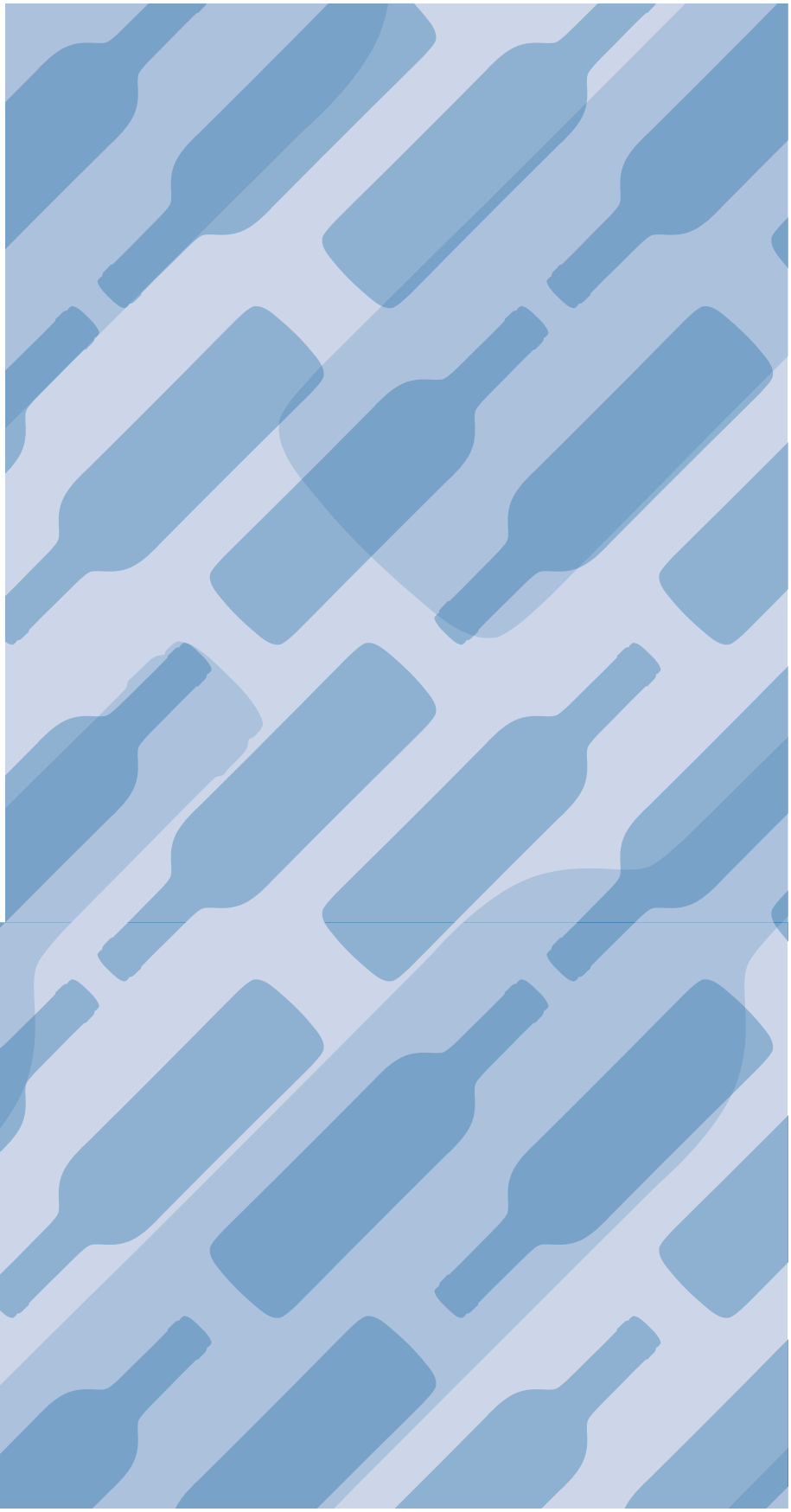
Non è solo una modifica burocratica né un semplice cambio di etichetta. La scelta di sostituire definitivamente "Toscano Igt" con "Toscana Igt" racconta molto di più: il tentativo di trasformare una denominazione vinicola in un'identità immediatamente riconoscibile nel mondo, capace di evocare da sola un immaginario fatto di paesaggio, arte, stile di vita e qualità. "Il mio nome è Toscana" non è soltanto uno slogan scelto dal Consorzio Vino Toscana per accompagnare la riforma del disciplinare approvata

dal Comitato nazionale vini del Masaf. È la sintesi di una strategia precisa, che punta a fare della parola Toscana un marchio globale ancora più forte di quanto non sia già oggi.
Per chi compra una bottiglia a New York, a Londra o a Tokyo, "Toscana" è infatti una parola universale. Non ha bisogno di spiegazioni. Richiama immediatamente colline, cipressi, borghi, cultura, cucina e grandi vini. "Toscano", invece, soprattutto all'estero, rischiava di restare un aggettivo meno diretto, più tecnico e meno evocativo. Da qui la decisione di arrivare a una denominazione unica, semplice e immediata. Una scelta che ha anche un forte peso economico: la Toscana Igt è oggi la prima denominazione regionale per volumi di imbottigliamento, con circa 91 milioni di bottiglie prodotte ogni anno e un valore superiore ai 458 milioni di euro. Di queste, quasi il 70% prende la strada dell'export, con Europa e Stati Uniti come mercati di riferimento.
Il cambiamento arriva in un momento in cui il vino si vende sempre più attraverso il racconto del territorio. Il consumatore internazionale non cerca soltanto un vitigno o una tecnica produttiva, ma un'esperienza, uno stile di vita, un luogo preciso da immaginare e desiderare. Il vino diventa così il veicolo di un'identità culturale più ampia, quasi un'estensione del brand turistico e culturale della regione.
"La ratifica approvata dal Comitato Nazionale Vini del Masaf completa un percorso avviato già nel 2024 con l'approvazione della Giunta regionale toscana" spiega la presidente del Consiglio Regionale toscano Stefania Saccardi, sottolineando come il progetto abbia anche una dimensione sociale oltre che economica. Perché dietro il nuovo disciplinare c'è un sistema produttivo enorme, cresciuto rapidamente negli ultimi anni: il Consorzio Vino Toscana è passato da 40 soci agli attuali 450, che diventano oltre 1.700 considerando i viticoltori collegati alle cooperative.
Il nuovo assetto punta a rafforzare ulteriormente il valore del nome geografico Toscana anche sul fronte della tutela legale. Negli anni il Consorzio ha portato avanti una lunga battaglia internazionale contro marchi e registrazioni che cercavano di sfruttare impropriamente il richiamo al territorio toscano. Sono stati bloccati nomi come "Bella Toscana", "Mamma Toscana", "Toscana Wine", "Tuscan Tree", "Toscanino" e molti altri, in un lavoro silenzioso ma fondamentale per evitare che il prestigio costruito dai produttori venga diluito o imitato.
Ma la novità che più racconta la trasformazione in corso riguarda probabilmente le bollicine. Il nuovo disciplinare apre ufficialmente alla produzione di spumanti Toscana Igt, sia Metodo Classico sia Charmat, bianchi e rosati. Un passaggio che fino a pochi anni fa sarebbe sembrato quasi impensabile in una regione storicamente identificata soprattutto con i grandi rossi. E invece qualcosa sta cambiando da tempo. La crescita del Vermentino lungo la costa, l'attenzione crescente ai vini più freschi e contemporanei e l'evoluzione dei consumi internazionali stanno lentamente ridisegnando anche il volto del vino toscano.
"Siamo l'unico Consorzio che rappresenta l'intero territorio regionale, con una produzione di circa 90 milioni di bottiglie, un valore prossimo ai 500 milioni di euro e una quota export del 69%", sottolinea il presidente Cesare Cecchi. "Le modifiche introdotte rispondono all'evoluzione dei consumi e rafforzano l'identità del Toscana Igt, aprendo nuove opportunità di sviluppo. La tipologia spumante nasce da una esigenza concreta dei produttori e rappresenta una reale opportunità di sviluppo. È un'evoluzione che apre a un mercato sempre più orientato alla diversificazione e alla qualità. Ma soprattutto diventa un'operazione culturale che mette l'identità territoriale al centro del messaggio e mostra la capacità di rinnovarsi dei vignaioli toscani conquistando un settore, quello degli spumanti, impensato solo pochi decenni fa".
È proprio questo il punto centrale della riforma: la Toscana del vino sta cercando di raccontarsi in modo diverso senza rinnegare la propria storia. Da una parte rafforza il legame con il territorio attraverso un nome unico e immediatamente riconoscibile, dall'altra prova ad allargare i propri orizzonti produttivi intercettando nuovi gusti e nuove occasioni di consumo. Dietro quella parola in etichetta, apparentemente così semplice, c'è quindi molto più di un cambio formale. C'è la volontà di trasformare definitivamente "Toscana" in una delle grandi firme mondiali del vino.

https://www.repubblica.it/il-gusto/2026/06/03/news/vini_non_piu_toscano_ma_toscana_igt_e_via_libera_agli_spumanti-425385964/

IL CONSORZIO TUTELA VALCALEPIO CONFERMA MARCO LOCATELLI ALLA PRESIDENZA

Accanto a Locatelli opereranno i vicepresidenti Carlotta Grumelli Pedrocca e Sergio Cantoni. Particolare attenzione è stata riservata al ricambio generazionale, con la costituzione del Gruppo Giovani
Nel segno della continuità, ma con uno sguardo sempre più orientato al futuro, il Consorzio Tutela Valcalepio rinnova i propri vertici confermando Marco Locatelli alla guida dell'ente per un nuovo mandato. Una scelta che consolida il percorso intrapreso negli ultimi anni e che punta a rafforzare il posizionamento della denominazione bergamasca nel panorama vitivinicolo regionale e nazionale.
Accanto a Locatelli opereranno i vicepresidenti Carlotta Grumelli Pedrocca e Sergio Cantoni, mentre il nuovo Consiglio di amministrazione vede la presenza di Federica Bernardi, Maurizio Cavalli, Marco Crippa, Maurizio Ginami, Diego Locatelli, Stefano Lorenzi, Edoardo Medolago Albani, Michela Moretti, Angelo Plebani, Pietro Rota, Frida Tironi e Marco Varinelli.
Definiti anche gli organi operativi: il Comitato Esecutivo sarà composto da Locatelli, Grumelli Pedrocca e Michela Moretti, mentre il Comitato Tecnico vedrà impegnati Sergio Cantoni, Stefano Lorenzi e Frida Tironi.
Particolare attenzione è stata riservata al ricambio generazionale, con la costituzione del Gruppo Giovani formato da Federica Bernardi, Romildo Locatelli, Luca Magri, Edoardo Medolago Albani e Angelo Plebani. Un segnale concreto di apertura, rafforzato dall'ingresso di alcuni membri del gruppo anche nel Consiglio di amministrazione.
Proprio dall'iniziativa dei giovani è nato "Evviva Valcalepio", evento di

promozione della denominazione che ha recentemente celebrato con successo la terza edizione e guarda già al 2027 con l'obiettivo di consolidarsi come appuntamento di riferimento per il territorio.
«Il lavoro svolto negli ultimi anni ha posto basi solide per il futuro del Consorzio e della denominazione», ha commentato il presidente Marco Locatelli. «Il nuovo mandato sarà caratterizzato da obiettivi chiari e concreti, con la volontà di rafforzare ulteriormente il ruolo del Valcalepio DOC».
Quattro le direttrici strategiche individuate: l'ampliamento della base associativa, già avviato con l'ingresso di Cantina Sociale Val San Martino e Mezzaripa; il rafforzamento della consapevolezza dei produttori rispetto al valore della denominazione; lo sviluppo della presenza commerciale oltre i confini provinciali; e il raggiungimento di una piena sostenibilità economico-finanziaria.
Con una governance che unisce esperienza e nuove energie, il Consorzio Tutela Valcalepio si prepara così a una nuova fase di crescita, puntando su identità, competitività e visione strategica.

https://www.aislombardia.it/viniplus/news-dai-consorzi-lombardi/il-consorzio-tutela-valcalepio-conferma-marco-locatelli-alla-presidenza.htm