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

INFODOC

LUGLIO / AGOSTO 2026
BOLLETTINO MENSILE
PER IL SETTORE IG

INFORMAZIONE D'ORIGINE CONTROLLATA

ACCADE A **LUGLIO / AGOSTO** NEL MONDO DEL VINO

VENDEMMIA 2026: GIACENZE ALTE E PREZZI DELLE UVE IN CALO

La vendemmia 2026 sarà dura da portare avanti, perché la crisi del mercato del vino inizia a riflettersi pesantemente sui viticoltori. E dai dati sulle giacenze di fine luglio 2026 non arrivano buone notizie: al 31 luglio 2026 secondo i dati dell'Icqrf contenuti nel report Cantina Italia le giacenze di vino assommano a 42,6 milioni di ettolitri, inferiori del 8,6% rispetto allo scorso 30 giugno 2026 (-3.999.985 ettolitri), ma superiori del 6,9% rispetto al 31 luglio 2025 (+2.729.594 ettolitri).
Leggi anche:
Vendemmia 2026, in anticipo di dieci giorni e dall'esito imprevedibile
Le giacenze al 31 luglio in Italia
Più precisamente, al 31 luglio 2026 negli stabilimenti enologici italiani sono presenti 42,6 milioni di ettolitri di vino, 3,1 milioni di ettolitri di mosti e 42.027 ettolitri di vino nuovo ancora in fermentazione (Vnaif).

Rispetto al 31 luglio 2025, si osserva un valore delle giacenze superiore per i vini (+6,9%), per i mosti (+31,5%) e inferiore per i Vnaif (-28,5%). Rispetto al 30 giugno 2026 il dato delle giacenze è inferiore per i vini (-8,6%), per i mosti (-17,4%) e per i Vnaif (-24,4%).
Il 55,9% del vino è detenuto nelle regioni del Nord, prevalentemente nel Veneto. Il 55,4% del vino detenuto è a Dop, il 25,8% a Igp, i vini varietali costituiscono appena l'1,7% del totale. Il 17,1% è rappresentato da altri vini. Le giacenze di vini a indicazione geografica sono molto concentrate; infatti, 20 denominazioni su 523 contribuiscono al 57,6% del totale delle giacenze. In questo contesto, la crisi delle vendite potrebbe presto indurre i produttori di vino più grandi a declassare le bottiglie.

La situazione dei distretti
La regione con le giacenze più alte resta il Veneto: oltre 10,2 milioni di ettolitri, di cui ben 6,9 milioni sono di vini Dop. In queste condizioni il declassamento delle bottiglie sta diventando una pratica consolidata per cercare di contenere la crisi di mercato del vino. E secondo una stima di Unione italiana vini, attualmente una bottiglia su cinque viene declassata. L'operazione però ha un chiaro rovescio della medaglia: se le cantine in questo modo riescono a contenere le perdite, accontentandosi di incassare meno, il valore della produzione scende e questo dato si riflette negativamente sui prezzi dell'uva in vigna.
Secondo l'Unione Italiana Vini, nel 2025, 6,6 milioni di ettolitri di vini Dop e Igp sono stati oggetto di riclassificazione; i vini comuni sono stati destinatari del 75% dei declassamenti. Uiv stima in 516 milioni di euro la perdita di valore potenziale associata ai cambi di categoria.
"Quando il fenomeno raggiunge queste dimensioni, non può più essere considerato soltanto una pratica ordinaria di gestione degli stock. Uiv descrive proprio il passaggio verso i vini comuni come una strategia di conte-

nimento del danno che, contemporaneamente, abbassa il livello di valore della produzione" si sottolinea da Altragricoltura, che si chiede: "quanto di questa perdita di valore ricade effettivamente sul produttore agricolo? I 516 milioni di euro sono una stima di perdita di valore potenziale del prodotto. Non consentono, da soli, di stabilire quale quota venga trasferita sul prezzo dell'uva. È precisamente questa informazione che deve diventare misurabile, mettendo in relazione prezzi all'origine, costi di produzione, declassamenti e prezzi lungo la filiera".
"Nel dibattito di filiera - sottolinea Altragricoltura - diverse organizzazioni agricole e alcuni Consorzi stanno proponendo interventi sulle rese e sulle nuove autorizzazioni. Una riduzione dell'offerta, però, non può essere gestita esclusivamente attraverso la logica dei volumi". Il rischio è quello, in ultima analisi, di salvare dalla crisi solo le cantine e non anche i produttori di uva.
Ma la crisi non morde solo il nord. A lanciare l'allarme in Campania è Stefano Di Marzo, presidente di Cia Avellino, il più rinomato distretto vitivinicolo della regione. Nella patria del Greco di Tufo e del Taurasi le uve stanno passando di mano a 0,60-0,65 euro al chilogrammo. "Prezzi sotto i costi di produzione" denuncia Di Marzo, che lancia l'allarme: "A questi prezzi molti grappoli potrebbero rimanere in vigna".
Al momento in Campania la soluzione che si prospetta è quella lanciata dal Consorzio di Tutela Vini dell'Irpinia, per mano della sua presidente, Teresa Bruno: attivare l'articolo 39 della legge 238/2016, che consente alla Regioni, su proposta dei Consorzi di tutela, di gestire i volumi di produzione, creando riserve vendemmiali, riducendo le rese per ettaro o in alternativa attivare stoccaggi provvisori per togliere il prodotto dal mercato, consentendo ai prezzi di vino e uva di risalire. L'assessora all'aAgricoltura della Regione Campania, Maria Carmela Serluca, si è detta disponibile ad attivare tutti gli strumenti necessari per fronteggiare la crisi di mercato, in accordo con i Consorzi di tutela.
Ma se la Campania è una piccola regione vitivinicola sul piano quantitativo, la Puglia contende al Veneto e alla Toscana il primato quantitativo. Eppure qui di 4.286.827 di ettolitri di vino giacciono invenduti nelle cantine a fine luglio secondo i dati ufficiali di Cantina Italia-Masaf. Un problema enorme che riguarda anche i vini di qualità, poiché la parte preminente dello stock (oltre 3 milioni di ettolitri) è costituita da vini a marchio Igp e Dop.
Le imprese vitivinicole pugliesi, dunque, stanno affrontando un crollo della redditività, con pesanti ripercussioni economiche e occupazionali.
"La crisi è cominciata nel post-covid per poi deflagrare in tutta la sua gravità quest'anno", spiega Giannicola D'Amico, vicepresidente di Cia Puglia. "I fattori che l'hanno determinata sono molteplici: l'aumento dei costi di produzione, gli enormi danni causati a più riprese da problemi fitosanitari in seguito ad eventi calamitosi, il calo dei consumi e dell'export favorito dal cambiamento nei gusti dei consumatori e dalle dinamiche geopolitiche. Bisogna agire subito e bene per risollevare il comparto e rilanciarlo".
Le ultime due annate hanno registrato una risalita delle produzioni, non accompagnata dall'aumento dei consumi. Di qui le giacenze nelle cantine, con conseguente calo vertiginoso dei prezzi delle uve e del vino, in particolar modo dei vini rossi e dei vini ad Igp.

Le proposte di Cia per la Puglia
Secondo Cia Puglia, nell'immediato, attraverso l'Icqrf occorre monitorare le giacenze con la distinzione tra vini rossi e vini bianchi/rosati; servono azioni per impedire che l'uva da tavola invenduta venga destinata alla vinificazione; proposte, inoltre, l'adozione della misura della distillazione di crisi per vini ben identificati e l'attuazione di misure per dare liquidità alle aziende.
Misure da adottare nel medio-lungo periodo: aggiornamento del catasto vitivinicolo regionale ed adozione di provvedimento di sanatoria dei vigneti non censiti; attivazione di bandi per l'estirpazione volontaria dei vigneti meno remunerativi e resilienti; incentivi per la riconversione varietale verso vitigni a bacca bianca o autoctoni richiesti dal mercato. Occorre, inoltre, rafforzare i controlli per garantire che il prezzo pagato ai viticoltori non sia mai inferiore ai costi medi di produzione elaborati da Ismea.
Cia Puglia propone un piano straordinario per l'irrigazione mediante l'efficientamento delle reti idriche, il recupero delle acque reflue per uso irriguo, la digitalizzazione dei turni irrigui. Sono fondamentali un piano di promozione, diversificazione ed aggregazione dell'offerta e il rafforzamento della internazionalizzazione e diversificazione delle piccole aziende verso mercati emergenti, incentivando l'offerta commerciale dei vini prodotti con vitigni autoctoni identitari della regione Puglia.
Secondo Cia Puglia, inoltre, occorre favorire l'aggregazione dell'offerta; sostenere produzioni che assecondino le nuove tendenze nei consumi; avviare una campagna di comunicazione che promuova i vitigni autoctoni. Bisogna aiutare le imprese ad aggregarsi, così da avere maggiori risorse per l'innovazione tecnologica che rendi resilienti i vigneti. Anche la promozione del turismo enologico nelle aziende vitivinicole pugliesi è uno strumento che va rafforzato.
Una ricetta in salsa molto pugliese, ma che la dice lunga su una tendenza della viticoltura italiana, destinata ad affrontare il cambiamento climatico. Qui l'assessore alle politiche agricole di Regione Puglia, Francesco Paolicelli, ha convocato per il 7 settembre 2026 il tavolo del vino, nel quale saranno prese in esame le proposte di organizzazioni agricole e Consorzi di tutela. L'orientamento di Paolicelli è quello di sfruttare al massimo le opportunità offerte dal Regolamento 2026/471, ovvero il pacchetto vino dell'Unione, definitivamente approvato e pubblicato nel febbraio scorso.

https://agronotizie.imagelinenetwork.com/agricoltura-economia-politica/2026/08/24/vendemmia-2026-giacenze-alte-e-prezzi-delle-uve-in-calo/89632

"BISOGNA COMUNICARE IN ETICHETTA I VINI A BASSA GRADAZIONE NATURALE". FEDERDOC LANCIA LA SFIDA

Il settore vitivinicolo sta attraversando una fase di profondo cambiamen-

to. Il calo strutturale dei consumi, l'evoluzione degli stili di vita e delle occasioni di consumo e la crescente attenzione alla moderazione ci impongono di osservare con attenzione l'evoluzione della domanda. In questo scenario, il tema dei vini a bassa gradazione naturale merita una riflessione seria. Per Federdoc, il punto di partenza è la trasparenza nei confronti del consumatore. Oggi, in etichetta, è riportato il titolo alcolometrico, ma non è possibile comunicare con immediatezza che una gradazione più contenuta può essere una caratteristica naturale del vino, legata al vitigno, al territorio e alle scelte compiute in vigneto e in cantina, e non il risultato di un processo di dealcolizzazione.
Non si tratta di contrapporre categorie di prodotti o di esprimere giudizi di valore, ma di consentire al consumatore di sapere con chiarezza cosa sta acquistando. Il Pacchetto vino ha compiuto passi importanti nella definizione dei prodotti dealcolizzati e parzialmente dealcolizzati. Riteniamo sia ora opportuno valutare anche come riconoscere e comunicare la specificità dei vini naturalmente meno alcolici (così come è stato rivendicato dal Consorzio delle Venezie)
Il sistema delle denominazioni
Per Federdoc, questo tema assume una particolare rilevanza nel sistema delle Denominazioni di origine. Un vino a Do è espressione di un territorio, dei vitigni e di regole che una filiera condivide attraverso il disciplinare di produzione. Se una Denominazione è in grado di esprimere vini naturalmente a più bassa gradazione, riteniamo corretto valutare la possibilità di comunicare tale caratteristica sulla base di criteri chiari, oggettivi e verificabili.
Il percorso deve partire dall'Italia. Nel confronto con il Masaf sui provvedimenti applicativi del Pacchetto vino, sarà necessario individuare una definizione precisa di "bassa gradazione naturale", eventuali parametri di riferimento e condizioni di utilizzo dell'indicazione in etichetta. Servono regole certe e controlli adeguati, anche per evitare messaggi ambigui o esclusivamente commerciali.

Necessario un quadro armonizzato in etichetta
L'etichettatura e l'informazione al consumatore richiedono un quadro armonizzato, che garantisca trasparenza, certezza alle imprese e condizioni uniformi di concorrenza. Il confronto sui provvedimenti collegati al Pacchetto vino e, in prospettiva, sulla futura Pac rappresenta un'occasione per dotare il settore di strumenti adeguati a un profondamente cambiato. Possiamo parlare di una nuova frontiera per il settore vitivinicolo, alle prese con un calo strutturale dei consumi e un rallentamento delle vendite estere, purché non la si consideri la soluzione alla crisi dei consumi. Le difficoltà del comparto richiedono risposte articolate: gestione dell'offerta, promozione, tutela delle Denominazioni, semplificazione e innovazione.

Evitare di inseguire le mode
I vini naturalmente meno alcolici possono rappresentare uno degli strumenti a disposizione delle imprese e dei territori per intercettare nuove occasioni di consumo e rispondere alle esigenze di chi ricerca una gradazione più contenuta senza rinunciare all'identità, all'origine e alla qualità del vino. Come Federdoc, non crediamo che il settore debba inseguire le mode. Dobbiamo però saper comprendere e governare i cambiamenti. La sfida è consentire ai Consorzi di tutela e alle aziende di innovare all'interno di regole chiare e condivise, permettendo al consumatore di compiere scelte realmente consapevoli. Innovare non significa rinunciare alla nostra identità, ma mettere il patrimonio delle Denominazioni nelle condizioni di affrontare il futuro.

https://www.gamberorosso.it/notizie/vino/tre-bicchieri/vini-bassa-gradazione-naturale-etichetta-federdoc/

EXPORT VINI DOP EUROPEI IN CALO: ITALIA, -6,2% NEL PRIMO QUADRIMESTRE 2026

L'export dei vini Dop europei chiude il primo quadrimestre 2026 in calo nei principali Paesi produttori. Secondo il nuovo report di Nomisma Wine Monitor, tra gennaio e aprile l'Italia ha perso il 6,2% a valore rispetto allo stesso periodo del 2025. Flessioni anche per Francia (-3,4%), Germania (-5,5%) e soprattutto Spagna (-8,5%).
Il quadro varia sensibilmente in base alla tipologia. Spumanti e vini bianchi riescono generalmente a contenere le perdite, mentre per numerose denominazioni di vini rossi le esportazioni continuano a diminuire. Non mancano tuttavia risultati in controtendenza, a conferma di un sempre più frammentato.
«I dati evidenziati nell'ultimo Report Wine Monitor mettono in luce un export dei vini Dop a doppia velocità dove, in uno scenario di complessivamente in recessione, i bianchi e gli spumanti limitano le perdite mentre molti vini rossi continuano a calare», dichiara Denis Pantini, responsabile Nomisma Wine Monitor.

SPUMANTI: CRÉMANT
A +19,4%, PROSECCO STABILE

Tra gli spumanti europei, la crescita più rilevante riguarda i Crémant francesi, che nel primo quadrimestre hanno aumentato del 19,4% i volumi esportati. Positivo anche lo Champagne, in progresso del 3% sul fronte delle quantità.
Il Prosecco registra invece una sostanziale tenuta, con una lieve contrazione dello 0,8% a volume. Dopo un 2025 particolarmente difficile, l'Asti prova a recuperare terreno e cresce dell'1% nelle quantità esportate.
A favorire il tentativo di rimbalzo della denominazione piemontese contribuiscono anche gli acquisti dalla Cina. Nel Paese asiatico gli spumanti rappresentano ancora una nicchia, ma mostrano un andamento dei consumi in crescita.
Decisamente più negativo il risultato del Cava. Lo spumante spagnolo perde oltre il 9% dei volumi esportati rispetto ai primi quattro mesi del 2025.

BIANCHI FERMI:
CRESCONO BORGOGNA,
LOIRA E BORDEAUX

Per i vini bianchi fermi arrivano segnali positivi da alcune denominazioni francesi. Borgogna e Loira aumentano entrambe del 6% nelle quantità esportate, mentre i bianchi di Bordeaux raggiungono una crescita del 16%. In Italia tengono soprattutto i vini bianchi Dop della Sicilia e della Toscana. A fronte della stabilità dei volumi,

il valore dell'export aumenta rispettivamente del 2,8% e del 3,3%.
I bianchi del Veneto cedono invece quasi il 4% rispetto al primo quadrimestre dell'anno precedente. Ancora più marcata la flessione dei Riesling della Mosella, le cui esportazioni diminuiscono dell'11%.

ROSSI DOP IN DIFFICOLTÀ: BORDEAUX A -19%

Il segmento dei vini rossi presenta il quadro più critico. Una delle poche eccezioni è la Borgogna, che aumenta di quasi il 3% il valore delle esportazioni dei propri rossi Dop. Il risultato economico è però accompagnato da una contrazione dei volumi della stessa entità. Prosegue invece il ridimensionamento dei rossi di Bordeaux. Il valore dell'export scende del 19%, mentre le quantità esportate diminuiscono dell'8%.
La situazione resta difficile anche per i vini rossi Dop italiani. Toscana e Veneto perdono oltre il 10% a valore. Il Piemonte limita la flessione al 2,5%, nonostante una crescita dei volumi esportati pari al 9%. Un divario che segnala una riduzione del valore medio delle vendite. In Spagna, i rossi di Rioja arretrano del 7,5% a valore e del 6% nelle quantità esportate.

UN SEMPRE PIÙ DIFFERENZIATO

Le differenze tra denominazioni, categorie e mercati di destinazione rendono difficile ricondurre la flessione dell'export europeo a una sola causa. «L'andamento nell'export delle singole denominazioni suggerisce di non generalizzare», conclude Pantini.
Secondo il responsabile di Nomisma Wine Monitor, sulle performance incidono contemporaneamente fattori congiunturali e strutturali. In molti casi sono proprio questi ultimi ad avere il peso maggiore, soprattutto nel perdurante arretramento delle esportazioni di vini rossi.

https://www.winemag.it/export-vini-dop-europei-in-calo-italia-6-2-primo-quadrimestre-2026/

IL VINO ITALIANO HA CONQUISTATO IL 23% DELLE ESPORTAZIONI MONDIALI NEL 2025

Il vino italiano ha rappresentato il 23% delle esportazioni mondiali di vino nel 2025, in aumento rispetto al 18,7% di dieci anni prima, secondo un'analisi della società di ricerca italiana Nomisma basata sui dati di Trade Map. Il progresso è arrivato mentre l'Italia rafforzava la propria posizione nel commercio internazionale di alimenti e bevande, nonostante i mercati globali fossero segnati da guerre, tensioni geopolitiche e dispute commerciali. Nomisma ha affermato che le esportazioni mondiali di prodotti alimentari e bevande, escluse le materie prime agricole e i derivati del tabacco, sono aumentate del 76% negli ultimi 10 anni, superando 1,43 trilioni di dollari. L'Italia si è classificata al sesto posto tra i Paesi esportatori con una quota del 4,7%, pari a poco più di 67 miliardi di dollari. Paesi Bassi e Germania hanno guidato la classifica con oltre 100 miliardi di dollari ciascuno in prodotti alimentari esportati, seguiti dagli Stati Uniti con 90 miliardi, dal Brasile con 82 miliardi e dalla Francia con 71 miliardi.
I dati indicano il vino come uno dei principali motori dell'export italiano. Nel 2025, il vino italiano ha detenuto quasi un quarto delle esportazioni mondiali della propria categoria in termini di valore, ampliando il vantaggio rispetto al 2015. Per il più ampio settore delle bevande, questo dato è rilevante perché mostra quanto una singola industria vinicola nazionale possa influenzare i flussi del commercio globale, il potere di determinazione dei prezzi e lo spazio sugli scaffali nei principali mercati di importazione. Suggerisce inoltre che distributori, dettaglianti e produttori concorrenti possano trovarsi in un in cui le etichette italiane acquisiscono un peso crescente nei ristoranti, nei negozi specializzati e nelle catene della grande distribuzione.
Il vino non è stata l'unica categoria a sostenere la performance dell'Italia, ma si è distinta tra i prodotti più noti del Paese. La pasta, un altro importante prodotto esportato, è scesa dal 30,4% delle esportazioni mondiali nel 2015 al 27,6% nel 2025, pur restando una categoria leader per l'Italia. L'olio d'oliva è rimasto stabile al 21,2%, mentre i prodotti lattiero-caseari sono saliti dal 9,3% al 13,5%.

Altre categorie hanno registrato incrementi più contenuti ma comunque significativi nello stesso periodo. I prodotti da forno sono passati dal 6,4% all'8,2% delle esportazioni mondiali, il cioccolato dal 6,2% al 7,2%, le verdure conservate dal 6% al 7% e il caffè dal 4,6% al 5,2%. Insieme, questi otto gruppi di prodotti hanno rappresentato il 63% delle esportazioni italiane di alimenti e bevande, segno che le vendite all'estero del Paese sono distribuite su diverse categorie forti anziché concentrate in una o due soltanto.
La crescita complessiva dell'export italiano di alimenti e bevande ha superato quella di tutti i Paesi che lo precedono nella classifica globale, secondo Nomisma. Denis Pantini, responsabile della ricerca agroalimentare di Nomisma, ha affermato che il valore dell'export italiano è aumentato del 109% nel decennio preso in esame. Ha aggiunto che questo ritmo si è rafforzato negli ultimi anni nonostante quello che ha definito un contesto di estremamente complesso, segnato da guerre, tensioni geopolitiche e conflitti commerciali.
Tra i principali esportatori, solo la Polonia ha registrato una crescita più rapida nello stesso periodo, ha affermato Nomisma. Le esportazioni alimentari polacche sono aumentate del 169%, passando da 18 miliardi di dollari a quasi 49 miliardi in 10 anni.
I dati mostrano anche che la leadership dell'Italia non è esente da pressioni. Nella pasta, dove l'Italia resta dominante, Nomisma ha affermato che i concorrenti emergenti hanno guadagnato rapidamente terreno. La Corea del Sud ha aumentato la propria quota delle esportazioni mondiali di pasta da meno del 4% al 10% nel decennio, mentre la Turchia ha raggiunto il 5,2%. Questa tendenza offre un monito anche per i produttori di bevande: una solida reputazione e una forte eredità possono sostenere la crescita dell'export, ma non impediscono ai nuovi rivali di entrare in categorie consolidate.
Le esportazioni italiane di alimenti e

bevande hanno raggiunto 59,3 miliardi di euro nel 2025, in aumento del 5,1%, sottolineando l'importanza dei prodotti agroalimentari per l'economia nazionale. In questo quadro più ampio, il vino resta uno dei simboli più evidenti della presenza internazionale dell'Italia e uno dei suoi prodotti più influenti nel commercio mondiale delle bevande.

https://www.vinetur.com/it/20260723104728/italian-wine-captured-23-of-global-exports-in-2025.html

IL MONDO DEL VINO PUNTA ALL'EQUILIBRIO TRA PRODUZIONE E CONSUMO: I DATI DI CONGIUNTURA DELL'OIV

Il settore vitivinicolo mondiale continua ad attraversare una fase di trasformazione strutturale. Nel 2025 la superficie vitata globale è diminuita per il sesto anno consecutivo, mentre produzione, consumi e commercio internazionale restano sotto pressione in un contesto segnato da cambiamenti climatici, incertezze economiche e mutamento delle abitudini dei consumatori. Con l'Italia e la Francia che rimangono, però, leader nella produzione, nelle esportazioni, e nei consumi (superati, in questo ultimo caso, dagli Stati Uniti, mentre alla Spagna resta il primato del vigneto più esteso: vedi focus). A dirlo il report sulla "Congiuntura vitivinicola mondiale" 2025 presentato dall'Organizzazione Internazionale della Vigna e del Vino (Oiv).
"Negli ultimi anni, il settore vitivinicolo si è adattato a continue sfide climatiche, economiche e sociali. Nel 2025, le perturbazioni del commercio internazionale dovute alle politiche tariffarie hanno rappresentato un ulteriore fattore esterno che produttori, esportatori e filiera devono gestire. Nel complesso, il settore sta mostrando la propria resilienza, sia cercando nuove opportunità di sia adeguando la capacità produttiva alla domanda. Il commercio e il valore dei prodotti rimangono solidi e i recenti accordi commerciali bilaterali o multilaterali contribuiranno a creare condizioni favorevoli per l'evoluzione dei mercati. L'Organizzazione Internazionale della Vigna e del Vino continuerà a sostenere i propri membri e il settore condividendo dati chiave, sviluppando standard e raccomandazioni basati sulla scienza e promuovendo la cooperazione internazionale per far progredire gli interessi comuni", ha detto il dg Oiv, John Barker.
Venendo ai numeri salienti,secondo le ultime stime, il vigneto mondiale si è attestato a 7 milioni di ettari, in calo dello 0,8% sul 2024. La contrazione riflette il progressivo adeguamento della capacità produttiva da parte dei principali Paesi viticoli di entrambi gli emisferi, chiamati a confrontarsi con una domanda più debole e con mercati sempre più instabili. Anche la produzione mondiale di vino resta su livelli storicamente bassi. Nel 2025 si stimano 227 milioni di ettolitri, appena lo 0,6% in più rispetto al minimo registrato nel 2024. Le condizioni climatiche continuano, infatti, ad incidere pesantemente sui raccolti: siccità, eventi estremi e forte variabilità meteorologica hanno limitato la produttività in numerose regioni vitivinicole. A questo si aggiungono le scelte di alcuni territori di ridurre volontariamente la produzione per contenere le eccedenze e sostenere il . Non mancano, però, segnali di ripresa in alcune aree. Brasile, Nuova Zelanda, Sudafrica e Moldavia hanno registrato un recupero dopo le difficoltà della vendemmia 2024, contribuendo a contenere il calo globale.
Sul fronte della domanda, il consumo mondiale di vino è stimato a 208 milioni di ettolitri, con una flessione del 2,7% sull'anno precedente. Un trend che conferma l'evoluzione in atto nei mercati maturi, dove cambiano gli stili di vita, le abitudini sociali e le preferenze delle nuove generazioni. A pesare sono anche l'inflazione e il rallentamento economico, che hanno ridotto il potere d'acquisto dei consumatori. In questo scenario, alcuni mercati si distinguono, però, per dinamismo. Portogallo, Brasile e Giappone figurano tra i Paesi che nel 2025 hanno registrato una crescita dei consumi, insieme ad alcune aree dell'Europa centrale e orientale.
In difficoltà anche il commercio internazionale. Le esportazioni mondiali di vino sono scese a 94,8 milioni di ettolitri (-4,7%), mentre il valore complessivo degli scambi è calato a 33,8 miliardi di euro (-6,7%). Nonostante la contrazione, i valori restano, comunque, superiori ai livelli precedenti alla pandemia. A frenare gli scambi sono soprattutto il rallentamento della domanda globale, le tensioni commerciali e le incertezze legate alle politiche tariffarie, in particolare sul mercato statunitense. Gli Stati Uniti, primo mondiale per importazioni in valore, hanno visto gli acquisti di vino estero scendere a 5,5 miliardi di euro, con una riduzione del 12% sul 2024.
Nonostante il quadro complesso, il globale del vino appare oggi sostanzialmente in equilibrio. Per il terzo anno consecutivo, infatti, la produzione mondiale si mantiene relativamente bassa, contribuendo a limitare l'accumulo di scorte. Il divario tra produzione e consumo nel 2025 è stimato in circa 18,7 milioni di ettolitri, ma il dato va letto considerando anche gli usi industriali del vino dalla distillazione alla produzione di aceto, fino ai prodotti derivati e ai superalcolici che assorbono mediamente circa 30 milioni di ettolitri all'anno. Un equilibrio fragile, dunque, ma che per ora consente al settore di evitare squilibri più profondi in un contesto internazionale ancora segnato da forte volatilità.

Focus – Oiv: il vigneto mondiale nel 2025
La superficie vitata dell'Unione Europea è diminuita dell'1,6% nel 2025, raggiungendo un totale di 3,2 milioni di ettari, pari al 45% del totale mondiale. Questa diminuzione è stata determinata principalmente da significativi espianti di vigneti in Francia e, in misura minore, in Spagna, mentre le superfici vitate negli altri principali Paesi produttori sono rimaste sostanzialmente stabili.
A livello nazionale, la Spagna, che possiede il vigneto più grande del mondo, conta 919.000 ettari nel 2025 ed ha registrato una diminuzione dell'1,3% (equivalente a 12.000 ettari) sul 2024. Analogamente, la Francia, che ospita la seconda più ampia superficie vitata dell'Ue, ha registrato un calo per il terzo anno consecutivo. Nel 2025 l'aggiustamento si è accelerato, con una riduzione della superficie vitata del 4,4% sul 2024 – pari a circa 34.000 ettari in meno – portando la superficie

totale coltivata a vite a 740.000 ettari. L'Italia, dopo una significativa espansione della propria superficie vitata registrata nel 2024, ha visto una lieve contrazione dello 0,3% nel 2025, portando il totale della superficie vitata a 726.000 ettari. Gli altri grandi vigneti dell'Ue sono rimasti sostanzialmente stabili sul 2024, mostrando solo lievissimi aggiustamenti al ribasso. È il caso della Romania (187.000 ettari), del Portogallo (171.000 ettari), della Germania (102.000 ettari), della Grecia (93.000 ettari), della Bulgaria (58.000 ettari) e dell'Ungheria (58.000 ettari). Nell'Europa orientale, Russia e Moldova restano i Paesi con i vigneti più estesi, entrambi con una superficie stimata di 110.000 ettari. Tuttavia, le loro recenti tendenze divergono nettamente. La superficie vitata della Moldova continua a contrarsi, riflettendo un processo ancora in corso di ristrutturazione del settore, mentre la Russia ha registrato una crescita sostenuta, avendo promosso con forza lo sviluppo del proprio settore vitivinicolo nell'ultimo decennio.
In Asia, dopo un periodo di espansione dal 2000 al 2015 (da 300.000 a 770.000 ettari), il vigneto della Cina, il terzo al mondo per dimensione, si è stabilizzato negli ultimi anni ed è stimato a 733.000 ettari nel 2025. La Turchia ospita la sesta superficie vitata più ampia del mondo nel 2025, con una stima di 395.000 ettari di vigneti, principalmente destinati alla produzione di uva da tavola e uva passa. Il Paese continua a registrare una diminuzione di lungo periodo della superficie vitata iniziata negli anni Ottanta, quando il vigneto era circa il doppio dell'attuale estensione. Al contrario, la superficie vitata dell'India è cresciuta negli ultimi anni, con un tasso medio annuo di crescita del 4,6% dal 2019. Nel 2025, la superficie totale vitata è stimata raggiungere 197.000 ettari, rendendo il vigneto indiano il settimo più grande del mondo. Altri grandi vigneti asiatici, principalmente specializzati nella produzione di uva da tavola e uva passa, si trovano inIran(128.000 ettari), Uzbekistan (125.000 ettari) ed Afghanistan (104.000 ettari).
In Nord America, gli Stati Uniti, il quinto vigneto più grande del mondo, sono stimati a 415.000 ettari (-0,9% sul 2024). Si tratta del settimo anno consecutivo di calo della superficie vitata, dovuto in larga misura al continuo espianto di vigneti da vino in California. In Sud America, la superficie vitata dell'Argentina continua la tendenza al ribasso iniziata nel 2015 ed è diminuita dell'1,9% nel 2025, raggiungendo 196.000 ettari. Analogamente, il Cile prosegue il trend negativo iniziato nel 2020, con una ulteriore riduzione del 3,7% nel 2025, fino a raggiungere 154.000 ettari. Dal 2019, il vigneto cileno si è contratto del 27%. Il Brasile, al contrario, ha ampliato significativamente il proprio vigneto per il quinto anno consecutivo, raggiungendo 91.000 ettari (+9,6% sul 2024).
La più ampia superficie vitata dell'Africa si trova in Sudafrica. Dopo diversi anni consecutivi di diminuzione – dovuti in parte anche agli effetti duraturi degli episodi di siccità tra il 2015 e il 2017 – la superficie vitata è stimata a 109.000 ettari nel 2025. Per la prima volta dal 2020, essa è rimasta sostanzialmente stabile, con solo una marginale diminuzione dello 0,1% rispetto al 2024. Altri importanti vigneti africani si trovano in Egitto (86.000 ettari) ed Algeria (68.000 ettari).
Il vigneto australiano è stimato, infine, a 159.000 ettari, sostanzialmente in linea con la media osservata negli ultimi anni.
Nel 2025, la produzione mondiale di vino, esclusi succhi e mosti, è stimata a 227 milioni di ettolitri, segnando un aumento dello 0,6% rispetto al livello storicamente basso del 2024. Si tratta del terzo anno consecutivo di bassa produzione, attestandosi al 9,4% al di sotto della media degli ultimi 5 anni. Gli eventi meteorologici estremi hanno continuato a rappresentare uno dei principali fattori che influenzano la produzione vinicola mondiale. Come nel 2023 e nel 2024, gelate precoci, precipitazioni eccessive e siccità prolungate hanno inciso sulla produttività dei vigneti in molte delle principali regioni vitivinicole sia dell'emisfero nord sia di quello sud. La variabilità climatica ha continuato a produrre effetti disomogenei tra le regioni e all'interno delle stesse, mantenendo i volumi produttivi di diversi importanti Paesi produttori al di sotto delle medie recenti. In alcune aree, i minori volumi possono inoltre riflettere strategie produttive più prudenti in risposta a condizioni di più deboli. Nell'attuale contesto di , una produzione inferiore alla media dovrebbe contribuire a un graduale alleggerimento della pressione sulle scorte, piuttosto che generare diffuse carenze di offerta.
La produzione vinicola dell'Unione Europea nel 2025 è stimata a 136 milioni di ettolitri, con una diminuzione dell'1,3% sul 2024. Con circa il 60% della produzione mondiale di vino, l'Ue rimane la principale regione produttrice a livello globale, sebbene questo rappresenti uno dei volumi più bassi registrati negli ultimi decenni. I dati 2025 evidenziano il crescente impatto della variabilità climatica sulle regioni vitivinicole europee, con vigneti esposti ad una vasta gamma di perturbazioni meteorologiche. Mentre alcune aree hanno sperimentato grave siccità, stress idrico e ondate di calore, altre sono state colpite da precipitazioni eccessive, tempeste localizzate e altri eventi climatici distruttivi, con una maggiore pressione delle malattie che ha danneggiato i vigneti e complicato la coltivazione dell'uva. Questi effetti sono stati molto disomogenei tra le regioni: alcune hanno registrato una riduzione delle rese a causa delle condizioni avverse, mentre altre hanno beneficiato di condizioni meteorologiche più favorevoli, ottenendo volumi di raccolta prossimi alla media.
Nel complesso, questi risultati contrastanti illustrano la crescente variabilità annuale dei livelli produttivi nei Paesi vitivinicoli dell'Ue. L'Italia, il principale Paese produttore di vino al mondo, è uno dei pochi grandi produttori a registrare nel 2025 un livello produttivo vicino alla propria media recente, con una stima di 44,4 milioni di ettolitri, sostanzialmente in linea con il 2024 (+0,7%). Tuttavia, questo volume rimane inferiore del 4,1% sulla media degli ultimi 5 anni. Le condizioni meteorologiche complessive sono state relativamente favorevoli, caratterizzate da una primavera mite, precipitazioni equilibrate ed un'estate non eccessivamente calda. Gli sviluppi produttivi, tuttavia, sono stati geograficamente disomogenei. La crescita della produzione è stata trainata principalmente

dalle regioni meridionali e da moderati incrementi nel Nord, mentre l'Italia centrale ha registrato una lieve flessione, dovuta in larga misura ai minori volumi in Toscana. Inoltre, in diverse denominazioni, le rese sono state volontariamente limitate al fine di gestire elevati livelli di scorte.

Il consumo mondiale di vino nel 2025 è stimato a 208 milioni di ettolitri, segnando una diminuzione del 2,7% rispetto al 2024. Questo calo segue una traiettoria relativamente costante dal 2018, periodo durante il quale i volumi globali sono diminuiti del 14%. Questa evoluzione riflette l'interazione tra cambiamenti di lungo periodo nei modelli di consumo ed un contesto economico più difficile negli ultimi anni. In diversi mercati vinicoli maturi, l'evoluzione degli stili di vita, il mutamento delle abitudini sociali e i cambiamenti generazionali continuano a influenzare il comportamento dei consumatori. Allo stesso tempo, il settore ha dovuto affrontare una successione di pressioni esterne dal 2020, tra cui la pandemia di Covid-19, le tensioni geopolitiche, le interruzioni commerciali e le pressioni inflazionistiche, tutti fattori che hanno inciso negativamente sul potere d'acquisto e sulla fiducia dei consumatori.

A livello nazionale, tre grandi mercati hanno svolto un ruolo particolarmente importante nel determinare il calo globale. La Cina ha registrato la contrazione più significativa, perdendo in media circa 2 milioni di ettolitri all'anno dal 2018; la Francia continua una tendenza di lungo periodo al ribasso iniziata diversi decenni fa; e gli Stati Uniti hanno recentemente sperimentato un marcato rallentamento dei consumi. Insieme, questi tre mercati rappresentano una quota sostanziale della riduzione osservata nel consumo mondiale di vino negli ultimi anni.

In questo contesto, il 2025 ha confermato il quadro di consumi generalmente più deboli osservato in numerosi mercati. I prezzi medi elevati – legati in parte ai volumi produttivi relativamente bassi e agli effetti persistenti dell'inflazione – hanno continuato a pesare sulla domanda in diversi Paesi. Nove dei dieci maggiori mercati mondiali del vino hanno registrato volumi di consumo inferiori sul 2024. Tuttavia, alcuni mercati, tra cui il Portogallo, il Brasile e il Giappone, hanno continuato a mostrare una relativa resilienza.

Nel 2025, l'Unione Europea ha rappresentato un del vino pari a 100,6 milioni di ettolitri, corrispondente al 48% del consumo mondiale. Questo dato riflette una diminuzione del 3,1% sull'anno precedente ed un calo del 6,9% sulla media degli ultimi 5 anni. Tale diminuzione è attribuita ad una generale riduzione del consumo di vino osservata in alcuni dei principali Paesi tradizionalmente consumatori. All'interno dell'Ue, infatti, Francia, Italia e Germania sono di gran lunga i principali mercati del vino.

La Francia mantiene nel 2025 la posizione di maggiore Paese consumatore europeo, con un consumo stimato di 22 milioni di ettolitri, in calo del 3,2% sul 2024 e del 7,2% al di sotto della media quinquennale. L'Italia, secondo vinicolo dell'Ue e terzo a livello mondiale, ha registrato nel 2025 una marcata diminuzione dei consumi (-9,4%), attestandosi a 20,2 milioni di ettolitri, tornando ai livelli precedenti al Covid. La Germania, terzo dell'Ue, presenta un volume di consumo stimato di 17,8 milioni di ettolitri nel 2025, pari ad una diminuzione del 4,3% sul 2024. Anche la Spagna ha registrato un calo dei consumi, stimati a 9,4 milioni di ettolitri, il 5,2% in meno sul 2024.

Al contrario, il Portogallo mostra una traiettoria nettamente diversa. Con 5,6 milioni di ettolitri consumati nel 2025, il Paese ha raggiunto un livello record, in aumento del 5,6% sul 2024 e del 7,4% sopra la media degli ultimi 5 anni. Si tratta del più alto volume di consumo mai registrato, confermando il Portogallo come uno dei pochi grandi mercati vinicoli dell'Ue in cui il consumo interno continua a mostrare una tendenza positiva. Analogamente, la Romania, con 3,5 milioni di ettolitri, registra un aumento dell'11% del consumo di vino sul 2024 e rimane del 14,3% al di sopra della media quinquennale. I Paesi Bassi, con 2,9 milioni di ettolitri, hanno registrato una significativa diminuzione, con consumi in calo del 12,7% sul 2024. Questo volume stimato di consumo è inferiore del 18,1% sulla media degli ultimi 5 anni. L'Austria, con 2,4 milioni di ettolitri (+6% sul 2024), continua invece a mostrare un modello di consumo notevolmente stabile, con una domanda interna che oscilla costantemente in un intervallo ristretto tra 2,2 e 2,4 milioni di ettolitri dal 2015.

Al di fuori dell'Unione Europea, il Regno Unito, quinto mondiale, ha registrato nel 2025 una diminuzione del 2,4% del consumo di vino, stimato a 12,3 milioni di ettolitri. Analogamente, il consumo di vino in Russia è diminuito del 5,5%, raggiungendo 8 milioni di ettolitri, un volume in linea con la media degli ultimi 5 anni. Nel 2025, la Svizzera ha continuato la sua tendenza di lungo periodo al ribasso nel consumo di vino, con volumi stimati a 2,3 milioni di ettolitri (-3,6% rispetto al 2024). Negli Stati Uniti, il più grande vinicolo mondiale, il consumo è stimato in diminuzione del 4,3% nel 2025, scendendo a 31,9 milioni di ettolitri. Pur essendo stato per molti anni un in crescita e molto resiliente, i consumi hanno recentemente mostrato un rallentamento. Questo indebolimento sembra legato ad una combinazione di fattori demografici, comportamentali ed economici, tra cui un minor consumo di alcol tra le generazioni più giovani, preferenze per le bevande più frammentate e una maggiore sensibilità ai prezzi e ai vincoli del potere d'acquisto. Per ragioni simili, anche il Canada, con 2,8 milioni di ettolitri, ha registrato una diminuzione del 3% sul 2024, proseguendo la tendenza negativa osservata negli ultimi anni.

Tra i mercati asiatici, il consumo di vino della Cina è diminuito del 13% nel 2025, attestandosi a 4,8 milioni di ettolitri, riflettendo il continuo aggiustamento della domanda interna iniziato nel 2018. Questa contrazione riflette sia pressioni di breve periodo sia cambiamenti strutturali più profondi, con una domanda di vino che si dimostra altamente discrezionale e particolarmente sensibile all'andamento dei redditi e dei prezzi. Allo stesso tempo, il si sta gradualmente spostando da una domanda trainata da protocolli e regali verso modelli di consumo più frammentati e guidati direttamente dai consumatori. Il Giappone, secondo vinicolo asiatico, ha registrato un aumento del 6,8% sul 2024, raggiungendo 3,3 milioni di ettolitri. Questo volume è in linea con la media degli ultimi cinque anni.

In Sud America, il consumo dell'Argentina nel 2025 è diminuito per il quinto anno consecutivo, raggiungendo 7,5 milioni di ettolitri (-2,6% sul 2024). Al contrario, il Brasile, secondo della regione, è stimato raggiungere il più alto volume di consumo della sua storia con 4,4 milioni di ettolitri, in forte aumento rispetto al basso livello registrato nel 2024 (+41,9%). Questo volume è anche significativamente superiore alla media quinquennale (+19,9%).
Il Sudafrica rimane il vinicolo più grande e dinamico dell'Africa nel 2025. Con un consumo stimato di 4 milioni di ettolitri, il Paese ha registrato una contrazione del 7,7% sul 2024, dopo i livelli record osservati nel periodo 2022–2024.
In Oceania, il vinicolo australiano, decimo a livello mondiale, è stimato a 5,3 milioni di ettolitri (-2,2% sul 2024).
Il commercio mondiale del vino nel 2025 si è evoluto in un contesto internazionale complesso, caratterizzato dall'incertezza legata ai dazi sul mercato statunitense, da una domanda più debole in diversi importanti Paesi importatori e dai movimenti dei tassi di cambio, tutti fattori che hanno influenzato i flussi commerciali e i valori. Per alcune categorie, anche la disponibilità relativamente limitata derivante da tre anni consecutivi di produzione inferiore alla media ha inciso sulle dinamiche dell'export. Nel loro insieme, questi fattori hanno contribuito ad un generale rallentamento del commercio internazionale del vino, incidendo sia sui volumi sia sui prezzi. In questo contesto, le esportazioni mondiali di vino sono diminuite del 4,7% in volume, attestandosi a 94,8 milioni di ettolitri, proseguendo la tendenza negativa osservata dal 2022. La contrazione ha interessato in modo diffuso i principali Paesi esportatori, con 10 dei 12 maggiori esportatori mondiali che hanno registrato volumi inferiori. Il Portogallo e la Nuova Zelanda sono state le uniche eccezioni di rilievo, mostrando una crescita dei volumi esportati nel 2025. In termini di valore, le esportazioni mondiali di vino sono stimate a 33,8 miliardi di euro, in calo del 6,7% sul 2024 e del 4,4% al di sotto della media degli ultimi 5 anni.Il prezzo medio all'esportazione è diminuito solo lievemente (-2,1%), attestandosi a 3,56 euro/litro. Questo aggiustamento dei prezzi riflette l'allentamento delle pressioni inflazionistiche, ma evidenzia anche un rafforzamento della pressione competitiva tra gli esportatori, poiché la debolezza della domanda globale e le ulteriori barriere commerciali hanno aumentato la necessità di difendere le quote di . Tuttavia, il prezzo medio all'esportazione è rimasto su livelli storicamente elevati nel 2025, rappresentando il terzo valore più alto mai registrato e restando comunque superiore del 24% sul periodo pre-Covid.
Aziende VENDING Dati Excel xls csv tabella campi indirizzo email sito web gestori distribuzione Automatica
Il vino imbottigliato (in contenitori inferiori a 2 litri) rappresenta nel 2025 il 51,1% dei volumi del commercio mondiale e il 66,4% del valore. Questa categoria ha registrato una diminuzione del 5,7% in volume e dell'8,9% in valore sul 2024. Il prezzo medio all'esportazione osservato nel 2025 è pari a 4,53 euro/litro (-3,3% sul 2024). Si tratta del primo calo dei prezzi dal 2020. Il vino sfuso (contenitori sopra i 10 litri), seconda categoria per volumi, ha registrato una diminuzione del 3,8% nei volumi e del 5,3% nel valore. Pur rappresentando il 34% del volume totale delle esportazioni mondiali di vino, il vino sfuso ha costituito soltanto il 7,3% del valore complessivo dell'export vinicolo nel 2025. La categoria ha registrato un prezzo medio all'esportazione di 0,75 euro/litro, con una diminuzione dell'1,5% sul 2024. I vini spumanti hanno registrato una diminuzione del 2,7% nei volumi e del 6,1% nel valore. Il prezzo medio all'esportazione è sceso a 7,54 euro/litro, in calo del 3,5% sul 2024. Nel 2025, la quota di questa categoria sul totale delle esportazioni mondiali di vino è leggermente aumentata, raggiungendo l'11,2% in volume e il 24,3% in valore. Il Bag-in-Box si riferisce ai vini in contenitori di capacità superiore a 2 litri, ma inferiore a 10 litri. Nel 2025, il BiB rappresenta il 3,6% dei volumi e il 2% del valore delle esportazioni mondiali totali. Registrando un calo del 5% nei volumi e del 4,8% nel valore sul 2024, questa categoria ha mantenuto il proprio prezzo medio all'esportazione relativamente stabile a 1,89 euro/litro, in linea con il 2024 (+0,3%). Nel complesso, gli sviluppi a livello di prodotto suggeriscono che il calo sia stato diffuso, ma non uniforme tra i diversi segmenti di . Il vino imbottigliato ha rappresentato una quota importante della diminuzione complessiva, mentre gli spumanti e altri formati alternativi hanno mostrato una resilienza comparativamente maggiore.

https://www.beverfood.com/mondo-vino-equilibrio-produzione-consumo-oiv/

PRIMO QUADRIMESTRE DELL'ANNO ANCORA NEGATIVO PER L'EXPORT DI VINO ITALIANO:

VALORI A -6,8%. APRILE IN LIEVE RIPRESA IN USA

Export di vino italiano ancora negativo nel primo quadrimestre 2026, con il mese di aprile che torna in rosso dopo il lieve recupero registrato a marzo. Il segno di un contesto difficoltoso per le vendite estere. Nel bilancio dei quattro mesi, pesano le forti flessioni di gennaio e febbraio. Complessivamente, l'Italia ha esportato poco più di 640 milioni di litri di vino per un fatturato di 2,33 miliardi di euro, in calo rispettivo del 3,7% in quantità e del 6,8% in valore. Un bilancio che resta pesante in un quadro condizionato dai dazi sul americano e da incertezze geopolitiche, ma che presenta anche qualche numero positivo, se si pensa che negli Stati Uniti si rivede il segno più anche in valore, rispetto ad aprile 2025, dopo i primi recuperi a volume del marzo scorso.
Le tipologie: spumanti in ripresa
Tra le tipologie, secondo i dati Istat sul commercio estero, i vini in confezione sotto i 2 litri perdono rispetto al quadrimestre 2025 il 4,8% in volume e l'8,6% in valore. Andamento che testimonia un evidente calo del prezzo medio al litro. In recupero la voce spumanti che limano le perdite a -0,7% in quantità e -2,3% a valore, grazie a un mese di aprile che incrementa del 2% la voce valori. Anche il Prosecco Dop è sulla via del recupero dopo un primo bimestre complicato: volumi a -1% e valori a -3,9% grazie ai 142 milioni di euro registrati nel solo mese di aprile (+2 mln sullo stesso mese di un anno fa). Crescita in doppia cifra per l'Asti

spumante, con un +19,6% in valore a fronte di spedizioni stabili. Per le alte categorie di spumanti Dop italiani, il segna una crescita in volume (+1,5%) e un rallentamento a valore (-2,1% a 26 mln di euro). Negativo il bilancio a valore per i vini frizzanti (-11% in quattro mesi).
Male Germania, Uk e Svizzera, segno più per gli Stati Uniti
Nel primo quadrimestre 2026, il vino made in Italy nell'extra Ue ha fatto segnare -8,8% a valore e -3,4% in quantità. Nell'Unione europea si è registrato un -3,9% a valore e un -4% in quantità. Le esportazioni verso gli Stati Uniti ammontano a 564,2 milioni di euro con 111,8 milioni di litri, in diminuzione rispettivamente del 15,4% e del 6,3% rispetto allo stesso periodo del 2025. La flessione, particolarmente marcata nei primi due mesi dell'anno, si è attenuata con aprile che torna a registrare una crescita sia in valore sia in volume.
Tra gli altri grandi mercati di riferimento, pesano sul bilancio italiano a valore il -6% del Regno Unito, il -6,8% della Germania, il -12,7% della Svizzera, il -10% del Belgio, così come i cali di Svezia, Paesi Bassi e Giappone. La Francia è in positivo (+0,9%), stabile il Canada. In decisa crescita la Russia (+28%) ma con aprile meno brillante, il Brasile (+17,8%) e la Cina (+9,7%).
Prime anticipazioni del mese di maggio nell'extra Ue
A maggio, secondo quanto reso noto dall'Osservatorio Uiv si registrano primi riscontri negativi. Nei Paesi terzi per il vino italiano si registra -7,5% a valore e -3,9% a volume. Negli Usa, cala il valore di circa il 15% con una perdita del 10% sul prezzo medio nel 2026. Inoltre, si rafforzano i trend negativi per Regno Unito (-6,7% nei 5 mesi) e Svizzera (-12,7%), mentre il Canada conferma la stabilità (+0,1%). Cina e Brasile consolidano la crescita, la Russia, pur ancora in doppia cifra, sembra aver invertito la rotta degli ordini boom effettuati a inizio anno.
«Risultati – è il parere del presidente Uiv, Lamberto Frescobaldi – che confermano le difficoltà del vino e dei suoi scambi commerciali, in contrazione per tutti i Paesi produttori. La maggior presenza sui mercati di sbocco ed emergenti, oltre alla riduzione della produzione, sono le due direttrici che il vino italiano dovrà perseguire». Per l'associazione di categoria occorrerà promuovere ancora di più il vino italiano, ma anche «riconoscere che grandi quantità immesse sul non aiutano a valorizzarlo».

https://www.gamberorosso.it/notizie/vino/tre-bicchieri/export-vino-italiano-primo-quadrimestre-2026/

IL SETTORE VITIVINICOLO EUROPEO (FRANCIA, SPAGNA E ITALIA) CHIEDE SOSTEGNO URGENTE AI GOVERNI E ALLA COMMISSIONE UE

(Irouléguy – Francia, 10 luglio 2026). Il 30 giugno e il 1° luglio, a Irouléguy (Francia), le associazioni nazionali del settore vitivinicolo di Francia, Italia e Spagna si sono riunite nell'ambito del "Gruppo di contatto", l'annuale momento di confronto in cui le organizzazioni rappresentative discutono e condividono le proprie posizioni sulle principali sfide che il comparto vitivinicolo è chiamato ad affrontare.
Durante l'incontro, i partecipanti hanno ribadito le difficoltà che il settore sta vivendo: l'impatto dei cambiamenti climatici sui raccolti e sulla competitività delle aziende, il rallentamento dei consumi a livello mondiale, l'instabilità dei mercati di esportazione e del contesto geopolitico, l'aumento dei costi di produzione, la necessità di rafforzare i principi del mercato unico e l'indispensabile semplificazione amministrativa per eliminare ostacoli che frenano la competitività delle imprese. Le associazioni hanno confermato una posizione già espressa nei mesi scorsi: la Politica Agricola Comune deve restare uno strumento capace di sostenere questi cambiamenti. Il settore deve poter contare su risorse adeguate e mirate.

Per affrontare queste sfide – dai cambiamenti climatici alla competitività – in un contesto di crisi, è fondamentale che il bilancio della PAC non venga ridotto e che gli aiuti al settore continuino a essere interamente finanziati dall'Unione europea, senza quote di cofinanziamento a carico degli Stati membri. Una simile impostazione eviterebbe disparità di sostegno tra Paesi, frammentazioni del mercato interno e un indebolimento complessivo del comparto. Prima di valutare nuove soluzioni, è necessario attuare e integrare nella futura PAC gli strumenti già esistenti, rafforzati e adattati dal "pacchetto vino". In particolare, il quadro attuale – budget dedicato, misure e beneficiari ammissibili, tassi di cofinanziamento e cornice comune europea – deve restare coerente con le specificità del settore. Allo stesso modo, il comparto invita a proseguire i lavori europei di semplificazione per facilitare gli scambi nel mercato unico.

Il settore ha inoltre espresso apprezzamento per il lavoro del Commissario Hansen sul pacchetto vino e per le risposte concrete fornite agli operatori, ad esempio in materia di dealcolazione ed etichettatura digitale, che ora devono essere attuate senza ulteriori ritardi. Non sarebbe accettabile che gli ultimi due anni di lavoro non fossero recepiti nella futura PAC. Il settore ha bisogno che l'Unione europea preveda un periodo di transizione che consenta di continuare ad applicare l'intervento settoriale nel comparto vitivinicolo in vista del nuovo quadro finanziario pluriennale 2028-2034.
Inoltre, in un contesto sociale in cui la salute pubblica assume un ruolo sempre più rilevante, il settore ricorda che il vino è un prodotto di piacere e cultura che, se consumato con moderazione, si inserisce pienamente in uno stile di vita sano. La vite è il cuore pulsante di molti territori, garantendone vitalità economica e ambientale. Ci si aspetta quindi dalle autorità pubbliche dei tre Paesi una lotta chiara ed efficace contro il consumo eccessivo di alcol – che il settore sostiene senza ambiguità – insieme a un impegno costante nella promozione del consumo responsabile di vino.
Per la Spagna erano presenti: Asociación Empresarial Vinos de España (AEVE), Asociación de Jóvenes Agricultores (ASAJA), Coopératives agro-alimentaires d'Espagne, Conferencia Española de Consejos Reguladores Vitivinícolas (CECRV), Coordinadora de Organizaciones de Agricultores y Ganaderos (COAG), Federación Española del Vino (FEV), Organización Interprofesional del Vino de España (OIVE), Unión de Pequeños Agricul-

tores y Ganaderos (UPA) e Unión de Uniones de Agricultores y Ganaderos. Per la Francia: FNSEA – Commission Viticole, La Coopération agricole – Vignerons coopérateurs de France (VCF), Vignerons indépendants de France (VIF), CNAOC, VINIGP, CNIV, UMVIN. Per l'Italia: Alleanza delle Cooperative Agroalimentari Italiane, Assoenologi, CIA – Agricoltori Italiani, Coldiretti, Confagricoltura, Copagri, Federdoc, Federvini, FIVI e Unione Italiana Vini – UIV.

https://www.consulentedelgusto.it/2026/07/12/il-settore-vitivinicolo-europeo-francia-spagna-e-italia-chiede-sostegno-urgente-ai-governi-e-alla-commissione-ue/

VINO, FEDERDOC: FERMIAMO L'AUMENTO DELL'1% ANNUO DI NUOVI IMPIANTI

Il vino italiano ha bisogno di fermare l'aumento annuo dell'1% del potenziale vitato, evitare estirpi inefficaci e difendere le risorse destinate alla promozione sui mercati internazionali. È la linea indicata da Giangiacomo Gallarati Scotti Bonaldi, presidente di Federdoc, intervenuto al forum "L'economia del vino a Verona: strategie per sostenere la filiera e governare il cambiamento", ospitato dalla Camera di Commercio di Verona.
"Verona è una capitale del vino e un punto di riferimento per il settore ma non tutta l'Italia può contare sulle stesse condizioni. Per questo le sfide del comparto vanno affrontate con una visione nazionale. Tra le priorità c'è il tema delle autorizzazioni ai nuovi impianti: dobbiamo chiederci se sia ancora sostenibile continuare ad aumentare ogni anno dell'1% il potenziale vitato o se non sia arrivato il momento di sospendere questo meccanismo per ristabilire il rapporto tra domanda e offerta" ha affermato nel suo intervento il presidente di Federdoc, affrontando anche il delicato e discusso tema degli estirpi, invitando a misure che producano effetti strutturali. "Anche il tema degli estirpi va affrontato con pragmatismo: in passato sono già stati realizzati con un importante impiego di risorse pubbliche, senza risolvere definitivamente il problema. Dove gli estirpi sono necessari – ha proseguito – bisogna essere coerenti: se si decide di estirpare, non si può pensare di ripiantare dopo pochi anni. Se lo Stato investe risorse economiche deve farlo per risolvere il problema in modo strutturale, non per rinviarlo". Nello stesso ragionamento rientra la difesa dei fondi per la promozione. "Se destiniamo risorse agli estirpi e le sottraiamo alla promozione sui mercati internazionali, rischiamo di commettere un errore" ha dichiarato Gallarati Scotti Bonaldi, spiegando che "oggi si stanno aprendo nuove opportunità, dal Mercosur all'Australia fino al Far East e ad altri mercati emergenti, che richiedono investimenti. Se disperdiamo le nostre risorse, rischiamo di compromettere la capacità di crescita del settore".
Accanto al nodo produttivo, dal forum è emerso anche il capitolo enoturismo. L'assessore all'Agricoltura della Regione Veneto Dario Bond ha annunciato che la Regione sta lavorando a una legge dedicata e che il testo, nelle intenzioni, sarà portato all'esame del Consiglio regionale tra settembre e ottobre. "Dobbiamo lavorare per valorizzare le nostre aziende, riducendo la burocrazia e dando loro la possibilità di offrire un'accoglienza sempre più completa ai visitatori" ha detto Bond, ricordando che "l'enoturismo rappresenta un'opportunità importante per il territorio e va sostenuto con strumenti adeguati. Allo stesso tempo dobbiamo interrogarci su come avvicinare le nuove generazioni al mondo del vino, perché le abitudini di consumo sono cambiate e serve un approccio nuovo. Come istituzioni siamo pronti ad ascoltare il territorio e a fare la nostra parte".
A chiudere i lavori è stato Alex Vantini, componente di Giunta della Camera di Commercio di Verona e presidente Coldiretti Verona, secondo cui, in una fase segnata da consumi in calo e redditività compressa, servono scelte nette. La prima riguarda proprio il blocco dell'aumento annuo dell'1% delle autorizzazioni ai nuovi impianti. "Se le Denominazioni veronesi stanno già dimostrando senso di responsabilità nel contenere il potenziale produttivo – ha rimarcato – non è ammissibile che in altre aree del Paese si continui ad aumentare le superfici coltivate, alimentando ulteriormente gli squilibri di ". La seconda chiama in causa la ristorazione, "dove in alcuni casi si registrano ricarichi sulle bottiglie che superano il 400% e rischiano di allontanare il consumatore dal vino". Da qui la richiesta di un confronto più serrato tra i soggetti del comparto per distribuire in modo meno squilibrato la redditività del sistema.

https://askanews.it/2026/07/10/vino-federdoc-fermiamo-laumento-dell1-annuo-di-nuovi-impianti/

L'ITALIA AUTORIZZA VALORITALIA A VIGILARE SUI CONTROLLI DEL VINO CANELLI DOCG

L'ispettorato italiano per la repressione delle frodi agroalimentari e la tutela della qualità ha autorizzato Valoritalia s.r.l. a svolgere i controlli ufficiali per la denominazione vino Canelli DOCG, secondo un avviso pubblicato l'8 luglio dall'ufficio ICQRF del Ministero dell'Agricoltura.
L'autorizzazione è stata rilasciata ai sensi dell'articolo 64 della legge n. 238 del 12 dicembre 2016, la legge quadro italiana sul vino. Il provvedimento attribuisce a Valoritalia il ruolo formale di organismo di controllo per la denominazione, il che significa che vigilerà sul rispetto delle regole di produzione legate al Canelli DOCG.
Il Canelli è una denominazione di vino spumante protetta del Piemonte, centrata sul comune di Canelli e legata alle uve Moscato Bianco. Come per gli altri vini DOCG italiani, i produttori devono attenersi a un disciplinare dettagliato che copre aspetti quali l'origine delle uve, i metodi di produzione e l'etichettatura. L'organismo di controllo verifica che tali regole siano rispettate prima che i vini possano essere commercializzati sotto la denominazione.
L'ICQRF, il cui nome completo è Ispettorato centrale della tutela della qualità e repressione frodi dei prodotti agroalimentari, pubblica regolarmente autorizzazioni e designazioni degli organismi di controllo in tutto il sistema italiano delle produzioni alimentari e vinicole protette. Nelle ultime settimane, l'ufficio ha inoltre emesso provvedimenti analoghi riguardanti olio d'oliva, formaggi, salumi e altre indicazioni geografiche.
Per il commercio del vino, la decisione è rilevante perché l'organismo di

controllo è una componente chiave del modo in cui una denominazione tutela la propria identità giuridica sul . La verifica ufficiale può contribuire a sostenere la tracciabilità delle bottiglie vendute come Canelli DOCG e può ridurre il rischio di uso improprio o frode in un momento in cui i nomi protetti restano commercialmente preziosi nei canali nazionali ed export.
L'avviso del ministero non forniva ulteriori dettagli operativi nel testo visibile sulla pagina pubblica, come la durata dell'autorizzazione o eventuali disposizioni transitorie da parte di un precedente controllore, se esistente. La pubblicazione conferma però che Valoritalia è ora autorizzata a svolgere i controlli richiesti per la denominazione ai sensi della legge italiana.
Valoritalia è uno degli organismi di certificazione più noti in Italia nel settore vinicolo e collabora da tempo con denominazioni in tutto il Paese. La sua nomina colloca il Canelli nel più ampio sistema di vigilanza di terza parte utilizzato in Italia per far rispettare le regole delle denominazioni e mantenere la fiducia nelle categorie di vino regolamentate.
La pubblicazione dell'8 luglio è apparsa nell'elenco delle ultime misure per il 2026 sul sito del ministero, dove figurava tra gli altri recenti provvedimenti autorizzativi emessi dal dipartimento. La voce identificava il provvedimento come un'autorizzazione a Valoritalia per svolgere attività di controllo per la denominazione vino Canelli DOCG.

https://www.vinetur.com/it/20260709104024/italy-authorizes-valoritalia-to-oversee-canelli-docg-wine-controls.html

VINO, UIV: USA FRENANO ANCORA, EXPORT A -15,4% NEL QUADRIMESTRE

Rimane negativo l'export di vino italiano nel mondo (-8,3% a valore nel primo trimestre) e l'atteso rimbalzo della domanda statunitense tarda ad arrivare. Complici,secondo l'Osservatorio Uiv, i dazi, la svalutazione del dollaro e soprattutto il calo strutturale dei consumi di vino oltreoceano, in trend negativo ormai da 5 anni. L'export del primo quadrimestre 2026 scende a valore di un altro 15,4% dopo la chiusura, lo scorso anno, a -9,2%.
"Da aprile 2025 a fine marzo 2026 – ha detto oggi a Roma nel corso dell'Assemblea nazionale il segretario generale di Unione italiana vini (Uiv), Paolo Castelletti – le nostre esportazioni verso gli Usa sono calate del 17%, per un gap tendenziale a valore di circa 340 milioni di euro. La tesi che gli americani anche con i dazi non rinunciano ai nostri prodotti è bella da raccontare ma nella realtà è sempre più difficile da gestire. Per il vino le tariffe sono la goccia che ha fatto traboccare il vaso, ma notiamo che anche altri comparti bandiera del made in Italy tradizionali sono andati in difficoltà; penso per esempio all'alimentare, alla meccanica, al mobile. L'imperativo oggi è moltiplicare la nostra presenza nel primo al mondo attraverso i codici del commercio e non di quelli, preoccupanti, della politica".
Un presidio del che, nell'analisi del coordinatore America di Limes e coordinatore didattico della Scuola di Limes, Federico Petroni, non può prescindere da una lucida presa di coscienza sui cambiamenti che stanno attraversando il primo di sbocco per il vino italiano: "Negli Stati Uniti non sta cambiando soltanto una generazione di consumatori – ha spiegato Petroni -, ma la composizione stessa dell'America, dentro un cambio di paradigma ormai strutturale di cui l'amministrazione Trump è l'effetto, più che la causa. Con il tramonto dell'era dei baby boomer emerge un Paese con riferimenti culturali diversi. Per il vino italiano significa confrontarsi con pubblici che non possono più essere raggiunti con gli stessi linguaggi del passato: serviranno nuovi strumenti e una capacità sempre maggiore di dialogare con un'America più plurale, dove il ricambio è insieme generazionale, etnico e geografico".
Riposizionarsi e resistere, quindi, cercando allo stesso tempo di ripristinare la prevedibilità delle relazioni transatlantiche. Sul fronte dei dazi Usa, in vista dell'ormai prossima scadenza tecnica del regime tariffario temporaneo introdotto con la Section 122 del Trade Act, è intervenuto Alfredo Conte, vice direttore generale per l'Europa e direttore centrale per la Politica Commerciale Internazionale: "L'incertezza riguarda più la forma che la sostanza, con ogni probabilità dopo il 24 luglio entreranno in vigore misure dello stesso valore: il risultato finale non cambierà e non eccederà il 15%".
"Governo e diplomazia stanno lavorando a testa bassa, con una particolare attenzione al mondo del vino italiano, anche con un incremento di risorse – ha detto il presidente di Ita-Italian Trade Agency, Matteo Zoppas -. Queste risorse devono essere messe a sistema per sostenere le imprese nella promozione, e lo stiamo già facendo, a partire proprio dagli Stati Uniti, anche supportando la partecipazione a Vinitaly.USA. Dobbiamo poi proseguire sulla strada degli accordi commerciali".

In questo scenario, è emerso nel corso dell'assemblea, il vino italiano è infatti sempre più chiamato a ridurre l'esposizione ai rischi geopolitici, commerciali e regolatori, in un'ottica di de-risking, a partire dal interno europeo, "porto sicuro" per la domanda di vino (+31% il trend delle esportazioni di vino italiano nell'Ue negli ultimi 6 anni, il doppio della media extra-Ue), ma ancora troppo frammentato da barriere tecniche, interpretazioni nazionali divergenti e dalla tendenza all'iper-regolamentazione: "Il vero costo dell'Europa, è la non-Europa. Le imprese europee non pagano solo il costo delle barriere interne, ma anche quello della frammentazione del mercato unico – ha dichiarato Carlo Alberto Carnevale Maffè, Professor of Strategy alla SDA Bocconi School of Management -. Nel solo agroalimentare, questa mancata integrazione vale circa 57 miliardi di euro: un costo nascosto che ricade ogni giorno sulle imprese sotto forma di adempimenti duplicati, regole non armonizzate, fiscalità divergente e oneri di conformità. Per aziende che competono su scala globale è paradossale dover affrontare, di fatto, 27 mercati diversi all'interno dell'Unione. Completare davvero il mercato unico non significa solo semplificare: significa restituire competitività alle imprese europee e liberare risorse per innovazione, investimenti e crescita".

https://askanews.it/2026/07/08/vino-uiv-usa-frenano-ancora-export-a-154-nel-quadrimestre/

LE SCORTE DI VINO ITALIANO VOLANO A UN RECORD DI 53 MILIONI DI ETTOLITRI

Le scorte di vino italiano sono aumentate nettamente nell'ultimo anno, accrescendo la pressione sui prezzi e sui margini delle cantine in un momento in cui la domanda è debole sia in Italia sia all'estero.
Un'analisi presentata da Unione Italiana Vini, il gruppo di settore italiano noto come UIV, ha rilevato che le giacenze di vino e mosto hanno superato i 53 milioni di ettolitri a maggio, in aumento del 7,3% rispetto allo stesso mese del 2025. UIV ha affermato che quel volume equivale grosso modo a un'intera vendemmia rimasta invenduta in cantina e segna il livello di scorte più alto dal 2022, quando il stava ancora assorbendo un raccolto insolitamente abbondante di quasi 50 milioni di ettolitri.
I dati spiccano perché arrivano dopo tre vendemmie relativamente contenute. Anche con una produzione più bassa nelle ultime annate, le giacenze hanno continuato ad accumularsi, segnalando difficoltà nel collocare il prodotto sul .
UIV ha collegato l'aumento alla stagnazione dei consumi in Italia e al peggioramento della performance dell'export. Nel canale della grande distribuzione italiana, le vendite sono diminuite del 2% nel periodo da gennaio a maggio rispetto allo stesso intervallo del 2025, secondo l'osservatorio del gruppo. All'estero, le esportazioni del primo trimestre sono calate del 4% in volume e dell'8,3% in valore.
Questa combinazione sta spingendo più cantine a riclassificare i vini in categorie inferiori per venderli più facilmente, ha detto UIV. In pratica, i vini vengono declassati da livelli di denominazione più alti come DOCG a DOC, da DOC a IGT, oppure a vino da tavola comune. Il passaggio aiuta i produttori a smaltire le scorte, ma riduce anche il valore medio di ciò che vendono.
I prezzi del vino sfuso mostrano chiaramente questa pressione. Nei primi cinque mesi dell'anno, i prezzi sono scesi del 6% per i vini DOP, del 7% per i vini IGP e del 14,4% per i vini comuni, secondo UIV. Il vino comune ha rappresentato il 75% dei volumi declassati e ha registrato una media di 54 centesimi di euro al litro.
Lamberto Frescobaldi, presidente di UIV, ha detto che le attuali condizioni di non sostengono più una vendemmia neppure di 44 milioni di ettolitri. Ha chiesto quelle che ha definito decisioni coraggiose, anche se impopolari, sostenendo che l'inazione sta già costando al settore più di qualsiasi tentativo di riequilibrare l'offerta. Ha affermato che la sovrapproduzione sta danneggiando valore e redditività lungo tutta la filiera.
L'accumulo conta oltre l'economia dei vigneti perché un eccesso di offerta prolungato può pesare sui prezzi nell'intero comparto delle bevande legato al vino, dai commercianti di sfuso e gli imbottigliatori fino a distributori e dettaglianti. Se le scorte restano elevate e più vino viene spinto verso categorie di minor valore, i produttori possono trovarsi di fronte a margini più stretti e a decisioni più difficili sulla gestione dei vigneti, sulla pianificazione produttiva e sulle future uscite.
I dati presentati da UIV suggeriscono che l'industria vinicola italiana stia entrando in una fase più difficile, in cui i soli raccolti più bassi non bastano più a ristabilire l'equilibrio. Con consumi interni deboli, esportazioni sotto pressione e scorte di cantina ancora in aumento, i produttori si confrontano con un in cui collocare i volumi significa sempre più spesso accettare prezzi più bassi.

https://www.vinetur.com/it/amp/20260708103938/italian-wine-stocks-surge-to-a-record-53-million-hectoliters.html

IL CALO DELL'EXPORT DI VINO COLPISCE NON SOLO LE CANTINE, MA TUTTO UN TERRITORIO: IL "CASO VERONA"

"Capitale della Valpolicella", ma che si affaccia su altri distretti del vino importanti come quelli del Soave e del Lago di Garda, e "capitale del vino italiano", grazie a Vinitaly, l'evento internazionale di riferimento del settore, Verona, tra le città d'arte italiane più visitate, Patrimonio Unesco, è legatissima al vino per storia, cultura ed economia, perché è il vigneto urbano più grande del Belpaese ed il suo territorio è n. 1 per valore dell'export e della produzione enoica, oltre a guardare all'enoturismo come asset strategico per il futuro. Nella "buona e nella cattiva sorte", perché, se in fase di espansione l'economia vinicola ha arricchito la città e il suo territorio, ora, nel complesso periodo che il del vino sta vivendo, a risentirne non è solo il bilancio delle cantine. Tanto che, con un calo delle esportazioni ipotetico del -5%, il danno economico per Verona ed il suo territorio ammonterebbe a 261 milioni di euro, mentre con un calo intorno al -7% (come sta avvenendo in questa prima metà 2026), la perdita arriverebbe a 366 milioni di euro. Scenari disegnati dallo studio condotto da Economics Living Lab, spin-off dell'Università di Verona (Dipartimento di Scienze Economiche), ed illustrato, ieri, alla Camera di Commercio di Verona che lo ha commissionato (e che, nelle ipotesi più estreme, prevede danni economici fino a -1,3 miliardi di euro). Una case history, quella di Verona - città che, comunque, vive anche di altri business importanti, dalla logistica alla manifattura, per esempio, e capitale anche della lirica italiana grazie all'Arena - che deve far riflettere in maniera profonda sui possibili impatti di un'ulteriore contrazione del business del vino in territori in cui questo rappresenta il principale, se non l'unico, motore economico.
Un quadro, quello fornito, ieri, dal professor Francesco Pecci nel "Forum sul futuro del vino" (che ha visto sul palco, tra gli altri, Pierluigi Guarise, ad Collis Veneto Wine, Roberta Corrà, dg Gruppo Italiano Vini-Giv, Michele Tessari dell'azienda vitivinicola Ca' Rugate, Giangiacomo Gallarati Scotti Bonaldi, presidente Federdoc, Alessandro Rossi, National Category Manager wine Partesa, e Paolo Artelio, vicepresidente amministratore Fipe), che tiene conto non solo delle potenziali perdite delle imprese vinicole, ma anche dei fornitori, della comunità che lavora e trae beneficio da un comparto storicamente contraddistinto da un forte valore aggiunto. "Una contrazione della domanda - ha detto Pecci - genera impatti rilevanti non

solo diretti, ma soprattutto indiretti e indotti, con effetti significativi sul Pil, e destinati a ripercuotersi sui redditi delle famiglie e sulle entrate fiscali".
L'analisi dell'impatto si basa sulla matrice di contabilità sociale dell'economia provinciale; a una contrazione dell'export del 5% corrisponde un calo delle vendite di vino pari a 53 milioni di euro che generano una riduzione di oltre 186 milioni di euro sui settori produttivi coinvolti direttamente e indirettamente e una riduzione dei redditi di lavoro e di capitale, che si traducono in una diminuzione della ricchezza prodotta (il Pil) di 75,5 milioni di euro per un totale di oltre 261 milioni di euro. Applicando una riduzione dell'export del 7%, valore assai vicino al saldo dell'export scaligero nel primo trimestre 2026 del settore bevande (dove il vino pesa per oltre il 90%), di -7,4%, la perdita totale per l'economia veronese supera i 366 milioni di euro.

"Verona - ha commentato il presidente della Camera di Commercio, Paolo Arena - vanta il primato tra le province italiane per export e valore della produzione. A ciò si aggiunge il fenomeno enoturistico, in grado di generare ulteriori benefici e lavoro che dà ulteriore valore a un asset imprescindibile per il nostro territorio. Le difficoltà strutturali che oggi sconta il comparto a livello globale, nazionale e locale ci impongono - ognuno per propria competenza - l'analisi e lo studio di soluzioni che possano salvaguardare uno dei comparti chiave di Verona. È questa la call to action che la Camera rivolge alle istituzioni e alle categorie interessate". Secondo il Servizio Studi e Ricerca dell'Ente camerale, Verona - una delle città più importanti della Regione Veneto, che sta mettendo a punto la sua legge regionale sull'enoturismo, ha, poi, ricordato l'assessore all'Agricoltura Dario Bond, ndr - rappresenta uno dei principali poli vitivinicoli del Paese, con oltre 7.000 vitivinicoltori, più di 24.000 ettari di superficie vitata, 15 Doc e 5 Docg. Il comparto vitivinicolo veronese genera il 7,9% delle esportazioni provinciali e contribuisce per oltre il 10% all'export nazionale del settore. Ma anche il vino "veronese" si muove in uno scenario complesso per il vino mondiale, con i consumi che, dal 2019 al 2025, sono diminuiti del 16%, attestandosi a 2,2 miliardi di casse da 9 litri, e con consumi attesi ancora in calo del -3% fino al 2029, con una leggerissima crescita solo per i segmenti premium e ultrapremium, che, però, coprono circa il 20% dei consumi, secondo i dati illustrati da Carlo Flamini, dell'Osservatorio del Vino di Unione Italiana Vini-Uiv.
"La Regione Veneto sta lavorando alla legge sull'enoturismo, che nelle intenzioni sarà portata all'esame del Consiglio Regionale tra settembre e ottobre, per dotare il settore di regole più chiare e favorire la crescita delle imprese e dell'accoglienza enoturistica - ha detto Dario Bond, assessore all'Agricoltura della Regione Veneto - dobbiamo lavorare per valorizzare le nostre aziende, riducendo la burocrazia e dando loro la possibilità di offrire un'accoglienza sempre più completa ai visitatori. L'enoturismo rappresenta un'opportunità importante per il territorio e va sostenuto con strumenti adeguati. Allo stesso tempo dobbiamo interrogarci su come avvicinare le nuove generazioni al mondo del vino, perché le abitudini di consumo sono cambiate e serve un approccio nuovo. Come istituzioni siamo pronti ad ascoltare il territorio e a fare la nostra parte".

E sulle priorità del comparto è intervenuto anche il presidente Federdoc, Giangiacomo Gallarati Scotti Bonaldi: "Verona è una capitale del vino e un punto di riferimento per il settore, ma non tutta l'Italia può contare sulle stesse condizioni. Per questo le sfide del comparto vanno affrontate con una visione nazionale. Tra le priorità c'è il tema delle autorizzazioni ai nuovi impianti: dobbiamo chiederci se sia ancora sostenibile continuare ad aumentare ogni anno dell'1% il potenziale vitato o se non sia arrivato il momento di sospendere questo meccanismo per ristabilire l'equilibrio tra domanda e offerta. Anche il tema degli estirpi va affrontato con pragmatismo: in passato sono già stati realizzati con un importante impiego di risorse pubbliche, senza risolvere definitivamente il problema. Dove gli estirpi sono necessari bisogna essere coerenti: se si decide di estirpare, non si può pensare di ripiantare dopo pochi anni. Se lo Stato investe risorse economiche deve farlo per risolvere il problema in modo strutturale, non per rinviarlo. Inoltre, se destiniamo risorse agli estirpi e le sottraiamo alla promozione sui mercati internazionali, rischiamo di commettere un errore. Oggi si stanno aprendo nuove opportunità, dal Mercosur all'Australia, fino al Far East e ad altri mercati emergenti, che richiedono investimenti. Se disperdiamo le nostre risorse, rischiamo di compromettere la capacità di crescita del settore".

"Il vino non è soltanto un comparto agricolo, ma un motore economico che genera occupazione, turismo, servizi, commercio e valore per tutto il territorio veronese. Proprio per questo la sua tutela - ha concluso Alex Vantini, componente di Giunta della Camera di Commercio di Verona e presidente Coldiretti Verona - non può essere considerata un interesse di categoria, ma una responsabilità condivisa. Di fronte a consumi in calo e a una redditività sempre più compressa delle imprese viticole servono scelte coraggiose lungo tutta la filiera. In questa direzione riteniamo indispensabile bloccare l'aumento dell'1% delle autorizzazioni ai nuovi impianti: se le denominazioni veronesi stanno già dimostrando senso di responsabilità nel contenere il potenziale produttivo, non è ammissibile che in altre aree del Paese si continui ad aumentare le superfici coltivate, alimentando ulteriormente gli squilibri di mercato. Allo stesso tempo è necessario rafforzare il dialogo tra tutti gli operatori della filiera, compreso il mondo della ristorazione, dove in alcuni casi si registrano ricarichi sulle bottiglie che superano il 400% e rischiano di allontanare il consumatore dal vino. Solo facendo sistema e distribuendo il valore in modo più equilibrato potremo garantire competitività, redditività e futuro al settore vitivinicolo veronese".

Temi e riflessioni che arrivano da Verona, ma che valgono per tutto il vino italiano.

https://winenews.it/it/il-calo-dellex-port-di-vino-colpisce-non-solo-le-cantine-ma-tutto-un-territorio-il-caso-verona_595972/

LIBERATORE (VALORITALIA): "IL VINO? IN UNA FASE DI PROFONDA TRANSIZIONE"

"Nnel 2025 gli imbottigliamenti hanno subito una contrazione del 2,01% rispetto all'anno precedente", spiega Giuseppe Liberatore
Valoritalia ha presentato l'Annual Report 2026, una fotografia del mondo del vino, che ora il Direttore Generale Giuseppe Liberatore ci descrive. L'ente di certificazione ogni anno mette a disposizione di imprese, Consorzi di Tutela, istituzioni e media un quadro completo del vino italiano di qualità. I numeri confermano che il settore attraversa una fase complicata, ma i vini Doc e Docg tengono, facendo segnare una crescita media dell'1%.
Nel 2025 inoltre è proseguito il trend positivo di spumanti (+1,7%), rosati (+5,7%) e vini bianchi fermi (+6,3%). I vini rossi hanno riscontrato una flessione superiore al 13%. Ecco l'intervista a Liberatore.
Liberatore, quali dati confermano che il vino sta attraversando una fase delicata?
I numeri parlano con grande chiarezza. Dopo la ripresa registrata negli anni successivi alla pandemia, nel 2025 gli imbottigliamenti hanno subito una contrazione del 2,01% rispetto all'anno precedente, mentre i dati provvisori dei primi cinque mesi del 2026 evidenziano un ulteriore calo del 5,4%.
Non si tratta di un fenomeno isolato. Tutti gli indicatori che monitoriamo, dal numero di campioni inviati ai laboratori ai volumi certificati, confermano che il comparto sta attraversando una fase di profonda transizione. È una situazione che riflette la contrazione della domanda sui principali mercati internazionali e che richiede capacità di analisi e strumenti adeguati ad affrontare il cambiamento.
Come si può frenare la riduzione degli imbottigliamenti?
Non esiste una soluzione unica. Dobbiamo lavorare su più fronti. Da una parte servono politiche che tengano conto delle profonde differenze che caratterizzano la nostra filiera, fatta di grandi denominazioni ma anche di migliaia di piccole imprese che rappresentano un patrimonio straordinario per i territori.
Dall'altra è necessario affrontare con realismo il tema della contrazione dei consumi e della sovracapacità produttiva, oltre a riequilibrare la distribuzione del valore lungo la filiera. Oggi, grazie alla disponibilità di dati tempestivi e a strumenti digitali sempre più evoluti, i Consorzi possono intervenire con maggiore rapidità nella gestione dell'offerta, rendendo il sistema più efficiente e resiliente.
Quali sono invece gli elementi positivi?
Anche in uno scenario complesso emergono segnali incoraggianti. I vini a maggiore valore aggiunto, DOC e DOCG, continuano a dimostrare una buona capacità di tenuta, registrando una lieve crescita nel 2025. Crescono inoltre gli spumanti, i rosati e i vini bianchi fermi, a dimostrazione che il mercato continua a premiare qualità, identità e capacità di interpretare i nuovi orientamenti dei consumatori.
Un altro elemento positivo riguarda le denominazioni di dimensioni medio-grandi e i Consorzi più strutturati, che mostrano una maggiore capacità di reagire alle difficoltà grazie a una governance più solida e a strumenti più efficaci.
Perché è importante rafforzare i Consorzi?
Perché oggi i Consorzi non sono più chiamati soltanto a tutelare una denominazione. Devono gestire l'offerta, promuovere i territori, accompagnare le imprese nei percorsi di sostenibilità, sostenere l'enoturismo e rispondere alle nuove responsabilità introdotte dalla normativa europea.
Le nostre analisi dimostrano che, all'aumentare della rappresentatività e della capacità organizzativa dei Consorzi, migliorano anche le performance delle denominazioni. Rafforzarli significa rendere più competitivo l'intero sistema del vino italiano, valorizzando al tempo stesso le specificità di ogni territorio.
In generale, le tecnologie e il digitale possono essere d'aiuto?
Assolutamente sì. Oggi la disponibilità di informazioni in tempo reale rappresenta un vantaggio competitivo fondamentale. Per questo Valoritalia ha sviluppato TESSA. È una piattaforma realizzata con Microsoft che utilizza strumenti avanzati di Business Intelligence per elaborare milioni di dati provenienti dai processi di certificazione.
Questo consente ai Consorzi, alle imprese e alle istituzioni di monitorare costantemente l'andamento del settore e di prendere decisioni più rapide e consapevoli. Il digitale non sostituisce l'esperienza, ma la rende molto più efficace.
Liberatore, perché bisogna puntare sulla sostenibilità?
Perché oggi la sostenibilità non è più un elemento accessorio, ma una condizione indispensabile per la competitività delle imprese. Lo dimostrano sia il nuovo quadro normativo europeo, che la riconosce come parte integrante delle Indicazioni Geografiche, sia i consumatori, sempre più attenti all'impatto ambientale, sociale ed economico dei prodotti che acquistano.
La sostenibilità riguarda il vino, ma anche il territorio, le comunità e persino l'enoturismo. Investire in questo ambito significa rafforzare il posizionamento delle nostre produzioni sui mercati internazionali e costruire un modello di sviluppo capace di creare valore nel lungo periodo. Senza rinunciare all'identità e alla qualità che rendono unico il vino italiano

https://www.igrandivini.com/news/interviste/liberatore-valoritalia-il-vino-in-una-fase-di-profonda-transizione/

VERSO LA VENDEMMIA 2026, TANTI CONSORZI DI PRIMO PIANO TAGLIANO LE RESE DELLE DENOMINAZIONI

La vendemmia 2026 si avvicina, ma nelle cantine italiane, nel complesso, c'è più di un'annata produttiva media in stoccaggio (49,1 milioni di ettolitri al 31 maggio 2026), e tanti territori importanti hanno già deciso o stanno decidendo di adottare misure di contenimento e gestione dell'offerta, in primis con tagli di rese rispetto a quanto previsto dai disciplinari, ma anche con stoccaggi e non solo, per contenere la produzione in una fase di difficile, anche per evitare che troppo prodotto possa far diminuire i prezzi degli sfusi che, come WineNews approfondirà più avanti, mostrano in tante zone, anche di pregio, dinamiche negative.
In ogni caso, tra gli altri, è di queste ore la richiesta inviata dal Consorzio Toscana Igt alla Regione Toscana, per abbassare le rese del 20% rispetto a quanto previsto dal disciplinare: da

170 a 136 quintali per ettaro per i vini bianchi, e da 160 a 128 per i vini rossi Toscana Igt. Una strada, restando in Toscana, già percorsa da diversi consorzi. Come quello del Brunello di Montalcino, che ha da tempo deciso di tagliare da 80 a 70 quintali ad ettaro (escluso il primo ettaro) la resa per il 2026, o come quello del Chianti, che ha confermato, come nel 2025, la richiesta del taglio del 20% delle rese, per tutte le tipologie, anche in questo caso in attesa di approvazione dalla Regione. Come lo è l'istanza avanzata dal Chianti Classico, che, anche in questo caso come lo scorso anno, ha richiesto la riduzione di 10 quintali per ettaro, da 75 a 65, o in alternativa la possibilità, per le aziende, di non tagliare la resa di uva, ma di declassare una pari quantità di resa in vino dalle ultime tre annate precedenti. Mentre, sempre nel Granducato, nessuna riduzione di rese, ad oggi, è prevista per Vino Nobile di Montepulciano e Bolgheri.
In Veneto, invece, tra gli altri, il Consorzio della Valpolicella, già dal 2025, e per tre anni, aveva deliberato un taglio di resa per ettaro da 120 a 100 quintali di uva, di cui 20 destinati a stoccaggio. Mentre la più grande denominazione bianchista italiana, quella del Pinot Grigio delle Venezie (27.000 ettari tra Veneto, Friuli Venezia Giulia e Alto Adige), ha deliberato, per la vendemmia 2026 una riduzione delle rese a 160 quintali per ettaro, di cui 30 destinati a stoccaggio amministrativo. Ancora, il Consorzio del Soave, ha stabilito nuove norme che, per le prossime tre vendemmie a partire dalla 2026, "prevedono, per ciascun produttore, un taglio del 50% della propria superficie vitata potenzialmente rivendicabile a Doc ed una contestuale riduzione delle rese produttive" (ovvero 135 quintali ad ettaro per il Soave e 125 per il Soave Classico, ndr).
In Piemonte il Consorzio del Barolo Barbaresco Alba Langhe e Dogliani ha deliberato per un taglio del 10% (a 90 quintali per ettaro) per Langhe Nebbiolo e Barbera d'Alba Doc, mentre per ora non sono previste riduzioni di resa per i Nebbiolo destinati a Barolo e Barbaresco. Mentre quello della Barbera d'Asti e Vini del Monferrato ha deciso di ridurre la resa per la Barbera d'Asti da 90 a 85 quintali per ettaro, ed il supero di campagna da 18 a 5 quintali, con il risultato finale che, in sostanza, ogni ettaro di Barbera potrà produrre al massimo 90 quintali e non 118, come da disciplinare.
Un quadro parziale e provvisorio, questo, ovviamente, ma che dà la misura di un vino italiano che lavora cogliendo ogni occasione per riequilibrare domanda e offerta e difendere valori di prodotto (e fondiari, di conseguenza) in una fase, ormai lunga, di grande complessità.

https://winenews.it/it/verso-la-vendemmia-2026-tanti-consorzi-di-primo-piano-tagliano-le-rese-delle-denominazioni_595748/

LE DENOMINAZIONI HANNO ANCORA SENSO? FORSE È ARRIVATO IL MOMENTO DI RIPENSARNE IL RUOLO

Ogni volta che si affronta il tema delle denominazioni si rischia di cadere in una sterile contrapposizione. Da una parte chi le considera intoccabili, pilastri della viticoltura italiana. Dall'altra chi le ritiene ormai obsolete, un sistema burocratico incapace di rispondere alle esigenze del vino contemporaneo.
Come spesso accade, la verità è probabilmente nel mezzo.
La domanda non dovrebbe essere se DOC e DOCG abbiano ancora senso. Sarebbe una provocazione fine a sé stessa. Piuttosto dovremmo chiederci se, a oltre sessant'anni dalla loro nascita, stiano ancora svolgendo la funzione per cui sono state create.
Le denominazioni rappresentano una delle più grandi intuizioni della viticoltura europea. Hanno permesso di preservare paesaggi, vitigni autoctoni, tradizioni produttive e identità territoriali in un'epoca in cui il rischio era quello di ridurre il vino a una semplice commodity.
Senza DOC, DOCG e IGT probabilmente oggi non parleremmo di Barolo e Barbaresco, Brunello di Montalcino e Chianti Classico, ma anche di Etna, di Mandrolisai, di Fiano di Avellino e di Verdicchio dei Castelli di Jesi o Matelica con la stessa forza evocativa.
Le denominazioni, quindi, non sono il problema. Il problema nasce quando smettono di evolversi.
Un disciplinare non dovrebbe mai essere considerato un punto di arrivo. Dovrebbe rappresentare una fotografia di un territorio in un determinato momento storico, destinata a essere aggiornata quando cambiano le conoscenze scientifiche, il clima e le esigenze di chi quel territorio lo vive quotidianamente.
Negli ultimi decenni il vigneto italiano è cambiato profondamente. Le vendemmie si sono anticipate, gli equilibri vegeto-produttivi sono mutati, la gestione della chioma è diventata fondamentale tanto quella del suolo, gli eventi climatici estremi sono sempre più frequenti e le temperature medie hanno modificato il comportamento di molte varietà.
Pretendere che un disciplinare scritto venti o trent'anni fa continui a rappresentare la soluzione ideale rischia di essere una contraddizione.
Perché il territorio evolve e le regole che lo tutelano dovrebbero evolvere con esso.
Il professor Attilio Scienza ricorda spesso come oggi la qualità rappresenti ormai un prerequisito e non più un elemento distintivo. La vera eccellenza nasce dalla capacità di interpretare la vocazione di un luogo, che non coincide soltanto con suolo, clima e vitigno, ma comprende anche la sostenibilità e l'irripetibilità del territorio. In altre parole, il valore di una denominazione non dovrebbe essere quello di imporre uno stile, bensì quello di consentire al territorio di esprimersi nel modo più autentico possibile.
Questa riflessione porta a una conseguenza importante.
Le denominazioni dovrebbero chiedersi non tanto "come si faceva il vino", ma "come possiamo continuare a raccontare questo territorio nelle condizioni di oggi e di domani?"
È una differenza sostanziale.

L'obiettivo non dovrebbe essere conservare immutato il vino del passato, bensì preservarne l'identità anche in un contesto completamente diverso.
Per questo motivo il disciplinare non dovrebbe mai diventare un limite per quei produttori che, nel pieno rispetto dell'identità territoriale, cercano semplicemente di produrre il miglior vino possibile.

"Miglior vino" non significa più estrazione, più legno o maggiore concentrazione. Significa trovare il miglior equilibrio tra maturità e freschezza, tra struttura e bevibilità, tra precisione tecnica ed espressione del luogo.

Significa produrre un vino che rappresenti davvero il proprio vigneto.
Se una norma impedisce a un produttore virtuoso di raggiungere questo obiettivo senza apportare un reale beneficio alla tutela dell'identità territoriale, allora è legittimo domandarsi se quella norma abbia ancora una funzione.
Naturalmente questo non significa invocare una deregolamentazione. Al contrario!
Le denominazioni continueranno a essere fondamentali proprio perché il globale ha sempre più bisogno di autenticità e riconoscibilità.
Ma autenticità non significa immobilismo. Un territorio vivo evolve. La sua rappresentazione normativa dovrebbe fare altrettanto. Ed è proprio qui che il ruolo dei Consorzi diventa determinante.

Troppo spesso vengono percepiti esclusivamente come enti di promozione o tutela commerciale della denominazione. In realtà, la loro funzione strategica dovrebbe essere molto più ampia: ascoltare i produttori, confrontarsi con il mondo della ricerca, monitorare gli effetti del cambiamento climatico e analizzare con continuità l'efficacia dei disciplinari.
Federdoc sottolinea da tempo come le denominazioni funzionino realmente quando sono sostenute da Consorzi strutturati e capaci di svolgere un ruolo attivo non solo nella valorizzazione del marchio, ma anche nell'evoluzione delle regole che lo governano. Ogni disciplinare dovrebbe essere oggetto di una revisione periodica. Non per inseguire le mode. Ma per verificare se continui a perseguire la propria finalità originaria. Tutelare il territorio. Non il passato.
Oggi il settore del vino sta attraversando una fase di trasformazione profonda. I consumi diminuiscono, la competizione internazionale cresce e il consumatore ricerca sempre più identità, autenticità e coerenza.
Parallelamente, molte aziende stanno abbandonando la logica della massimizzazione delle rese per investire in precisione agronomica, sostenibilità e qualità diffusa.
In questo scenario sarebbe auspicabile che anche il sistema delle denominazioni evolvesse nella stessa direzione.
Non privilegiando più la quantità prodotta come principale indicatore di successo, ma sostenendo quelle aziende che investono nella valorizzazione del territorio, nella ricerca della qualità e nella costruzione di un'identità riconoscibile.
Le denominazioni del futuro non dovranno essere quelle con il disciplinare più lungo.
Dovranno essere quelle capaci di creare le condizioni affinché ogni produttore possa esprimere al meglio il proprio territorio, senza snaturarlo e senza esserne inutilmente limitato, rifuggendo l'omologazione ma, ovviamente, garantendo standard diffusi di nitidezza e precisione.

https://wineblogroll.com/2026/07/denominazioni-disciplinari-vino-doc-docg-igt/

PREZZI DEL VINO ANCORA IN CALO A MAGGIO

Mentre l'inflazione generale torna ad accelerare, il vino resta su un piano inclinato. A maggio, in uno scenario condizionato dalle tensioni geopolitiche e dal nuovo rialzo dei costi energetici, i prezzi al consumo dei vini e degli spumanti continuano infatti a muoversi in direzione opposta rispetto al carovita, segnalando la difficoltà delle imprese vinicole nel trasferire a valle le pressioni di costo.
Il tema è al centro dell'approfondimento pubblicato su Il Corriere Vinicolo n. 21. Il dato più evidente è la flessione tendenziale del 2,5% dei prezzi al consumo di vini e spumanti, più accentuata rispetto al -1% registrato ad aprile. Si tratta del peggior risultato da tredici mesi e conferma un andamento marcatamente deflattivo per il comparto, proprio mentre l'inflazione generale sale al 3,2%, tornando ai livelli massimi degli ultimi tre anni.
Il confronto con le altre categorie rende il quadro ancora più netto. Nell'aggregato delle bevande alcoliche, che nel complesso cede l'1,6% su maggio 2025, il vino mostra la performance peggiore. Gli spirits restano appena in territorio positivo, con un +0,2%, mentre la birra arretra dello 0,8%, attenuando però il calo più marcato registrato ad aprile. Le bevande analcoliche, al contrario, mantengono una dinamica positiva, con un +2,2% tendenziale.
La divergenza tra inflazione generale e prezzi del vino restituisce l'immagine di un freddo, nel quale sconti, promozioni e compressione dei margini continuano a rappresentare strumenti di tenuta per le imprese. Il problema non è soltanto il dato mensile, ma la possibile stabilizzazione di un quadro in cui i costi aumentano e i prezzi finali non riescono a seguirli, con effetti diretti sulla redditività della filiera.
A rendere più incerto lo scenario contribuiscono i rischi legati all'energia, ai trasporti e alle aspettative di inflazione. Se famiglie e imprese iniziassero a considerare il rialzo dei prezzi come una componente stabile, il rischio sarebbe quello di una nuova reazione a catena. Per il vino, tuttavia, il nodo resta diverso: in un contesto inflattivo, il comparto continua a misurarsi con una domanda debole e con margini sempre più compressi.

https://www.unioneitalianavini.it/approfondimenti-tematici/news/prezzi-vino-maggio-calo

MERCATI E PRODUZIONE

LA CINA TAGLIA DEL 16,6% LE IMPORTAZIONI DI VINO IMBOTTIGLIATO DALL'UE NEL PRIMO SEMESTRE 2026

La Cina ha importato molto meno vino imbottigliato dall'Unione europea nella prima metà del 2026, aggiungendo pressione sui produttori europei che contavano sulla domanda cinese per assorbire le scorte di fascia alta.
I dati doganali cinesi pubblicati il 23 agosto hanno mostrato che le importazioni di vino imbottigliato dall'Ue sono diminuite del 16,6% in volume rispetto a un anno prima tra gennaio e giugno. In valore, il calo è stato più contenuto, al 7,9%, portando le importazioni totali a 251 milioni di dollari USA.
Ciò significa che il valore comparabile per lo stesso periodo dell'anno precedente era di circa 272,5 milioni di dollari USA, con un calo di circa 21,5 milioni di dollari USA. Poiché il valore è sceso meno del volume fisico, il valore dichiarato per unità importata è aumentato di circa il 10,4%. Questo scarto può riflettere prezzi più alti, cambiamenti nel mix dei vini spediti, effetti dei tassi di cambio oppure l'eliminazione delle etichette più economiche dagli ordini.
Le cifre doganali indicano un mercato che resta debole, anche se i fornitori cercano di difendere i margini. Gli operatori affermano che il calo più netto dei volumi mostra che gli importatori stanno acquistando meno bottiglie mentre smaltiscono le scorte già presenti nei magazzini e sugli scaffali dei negozi.
Arsen Zhao, un commerciante di vino sino-francese con base a Parigi, ha detto al South China Morning Post che la sua attività in Francia resta solida ma che sta vedendo molti meno clienti dall'Asia rispetto a prima, soprattutto dalla Cina. Ha aggiunto che gli acquirenti cinesi si sono orientati verso opzioni più economiche e che grandi quantità di vino europeo importate in precedenza non sono ancora state vendute, mantenendo alti i magazzini e rallentando i nuovi ordini.
L'eccesso di scorte ha iniziato a incidere anche sui prezzi. Zhao ha detto che alcuni vini francesi di alta gamma oggi in Cina si vendono a meno che in Francia, una situazione insolita per prodotti che un tempo beneficiavano di una forte domanda e di un'immagine premium nel mercato cinese.
La flessione riflette diversi cambiamenti in Cina avvenuti contemporaneamente. I consumatori sono diventati più prudenti con il rallentamento della crescita dei redditi, riducendo la spesa per beni importati discrezionali. Anche le abitudini di consumo stanno cambiando, con il vino che deve fare i conti con la concorrenza di altre bevande alcoliche e di alternative a prezzo più basso. A livello ufficiale, il maggiore controllo di Pechino sui banchetti sfarzosi e sugli eventi di rappresentanza governativi ha ulteriormente ridotto la domanda di costose bottiglie importate, un tempo strettamente legate ai pasti di lavoro e agli eventi formali.
Per i produttori europei di vino, la Cina è stata a lungo considerata una delle destinazioni di export più promettenti del settore, in particolare per le etichette francesi e altri marchi premium. Gli ultimi dati suggeriscono che il mercato non stia più offrendo lo stesso sostegno, soprattutto per il vino imbottigliato spedito dall'Ue.
Il calo più contenuto del valore rispetto al volume offre solo un sollievo limitato agli esportatori. Un aumento del valore medio dichiarato per unità può suggerire che gli importatori privilegino bottiglie più costose, ma può anche significare che i vini più economici vengono esclusi dagli ordini perché più difficili da collocare in un mercato debole. In ogni caso, i dati mostrano che entra meno vino in Cina dall'Europa in termini fisici.
La tendenza è importante per i produttori di tutto il blocco, perché le esportazioni di vino imbottigliato dipendono non solo dalla domanda dei consumatori finali, ma anche dalla fiducia di importatori, distributori e rivenditori. Quando le scorte restano elevate, ogni anello della catena di approvvigionamento diventa più prudente. Gli importatori rimandano il riassortimento, i distributori sono restii a prendere in carico altro prodotto e i rivenditori riducono gli sconti solo quando sono sicuri che le scorte esistenti possano essere smaltite.
La pressione è particolarmente evidente in un mercato in cui il vino importato era un tempo associato ai regali, allo status e all'ospitalità d'affari. Questi fattori si sono indeboliti. I mercanti si trovano ora di fronte a una clientela più sensibile al prezzo e più selettiva, e devono competere in un mercato in cui le scorte invendute delle spedizioni precedenti pesano ancora sui nuovi affari.
I numeri doganali non mostrano quanto rapidamente il mercato possa riprendersi, ma confermano che il rallentamento non è limitato al solo sentiment. Un calo del 16,6% dei volumi in appena sei mesi indica una contrazione sostanziale della domanda fisica di vino imbottigliato dell'Ue in Cina. Con i prezzi sotto pressione e le scorte ancora elevate, gli esportatori europei sono sempre più spinti a cercare crescita fuori da un mercato che un tempo sembrava centrale per i loro piani a lungo termine.

https://www.vinetur.com/it/20260824105996/china-cut-eu-bottled-wine-imports-166-in-the-first-half-of-2026.html

USA, IMPORT DI VINO A 2,4 MILIARDI DI EURO NEL PRIMO SEMESTRE 2026 (-25,2%): ITALIA IN LINEA

Secondo i dati doganali statunitensi analizzati dall'Organizzazione Interprofessionale del Vino Spagnolo (Oive), nel primo semestre del 2026 (sul primo semestre del 2025), le importazioni di vino negli Stati Uniti, dove sono in vigore i dazi voluti da Trump, sono diminuite sia in valore (-25,2%), attestandosi a 2,4 miliardi di euro, sia in volume (-16,8%), scendendo a 536,8 milioni di litri. In questo arco temporale, nel confronto con lo stesso periodo del 2025, gli Stati Uniti hanno pertanto importato 108,3 milioni di litri in meno e ridotto di 816,4 milioni di euro la spesa negli acquisti di vino. Il prezzo medio è sceso del -10,1%, attestandosi a 4,52 euro al litro.
L'andamento mensile, da gennaio a giugno 2026, mostra che ciascuno dei sei mesi ha registrato una performance negativa sugli stessi mesi del 2025, sebbene i cali siano stati molto

più marcati nei primi tre mesi e questo lascia, perlomeno, delle speranze di miglioramento per i mesi a venire. Il vino in bottiglia è stato il prodotto più importato, con un valore di 1,7 miliardi di euro (-26,6%) e un volume di 318,2 milioni di litri (-12,4%): questa categoria rappresenta il 70% del valore e il 59% del volume totale di vino importato dagli Stati Uniti in questi primi sei mesi del 2026. Per gli spumanti, in termini di valore, le importazioni sono calate del -19,8% in valore (a 630,2 milioni di euro) e del -9,6% in volume (a 90,3 milioni di litri), con un prezzo medio di 6,98 euro al litro (-11,3%).
Gli Stati Uniti hanno registrato un forte aumento delle importazioni di vino in Bag-in-Box (+12% in valore e +49,6% in volume), sebbene tale categoria rappresenti una quota ridotta delle importazioni totali, con 16,3 milioni di euro e 7,9 milioni di litri. Riguardo agli acquisti di vino sfuso, questi sono diminuiti sia in valore (-36,4%), scendendo a 85,9 milioni di euro, sia in volume (-31,9%), attestandosi a 120,3 milioni di litri. Per quanto riguarda i paesi fornitori, la Francia guida la classifica in termini di valore con 955,8 milioni di euro, segnando un calo del -25,2% (pari a 322,6 milioni di euro). Seguono l'Italia (n. 2), con 790,8 milioni di euro (-25%, ovvero 263,4 milioni di euro in meno sullo stesso periodo 2025, dato che peraltro si discosta non di poco da quello sui primi 5 mesi dell'anno registrato dall'Istat, che parla, invece, di un -15%), e la Nuova Zelanda (n. 3) con 208,1 milioni di euro e una flessione del -14%. La Spagna mantiene la posizione n. 4 con 133,7 milioni di euro, registrando una diminuzione del -20,9% rispetto al primo semestre del 2025 (pari a 35,3 milioni di euro).
In termini di volumi, l'Italia è il Paese n. 1 riguardo alla provenienza delle importazioni statunitensi nel primo semestre del 2026, con 170,2 milioni di litri (-9,8%). La Francia è al n. 2 con quasi 99 milioni di litri (-5,3%) mentre il Canada ha registrato un netto calo del -21,5%, scendendo a 63,8 milioni di litri, pur mantenendo la posizione n. 3. In termini assoluti, l'Australia (-25,9 milioni di litri), l'Italia (-18,4 milioni), il Canada (-17,6 milioni) e il Cile (-15,2 milioni) sono stati i paesi che hanno ridotto maggiormente le proprie vendite.
Forte il calo, generale, per i prezzi al litro. Guida, con la quotazione più alta, la Francia a 9,66 euro al litro (-21,1%, ovvero -2,58 euro di calo), davanti all'Italia a 4,65 euro al litro (-16,9%, pari a -0,94 euro). I vini imbottigliati restano, per l'Italia, la categoria con più mercato negli Usa, con un valore di 524,5 milioni di euro (-28,2%), dietro alla Francia che ha totalizzato 603,7 milioni di euro (-28,6%). Vino imbottigliato che, per quanto riguarda l'Italia, ha avuto un prezzo medio di 5 euro al litro (-19,3%) contro gli 8,29 euro della Francia (-21,2%). Riguardo agli spumanti, l'Italia ha esportato negli Usa per 255,3 milioni di euro (quindi le bollicine rappresentano il 33,3% dell'export negli Usa, ndr) in calo del -18,4% sul primo semestre 2025, con volumi a 60,6 milioni di litri (-9%). E se la Francia in valore ha un calo percentuale non tanto distante da quello italiano (-19,3%), in volume, dove è comunque dietro al Belpaese, nel primo semestre 2026 ha incrementato la propria quota a 20,3 milioni di litri (+0,4%).
I dati Oive sono l'ennesima conferma di una situazione che, arrivati a metà anno, resta quindi difficile per il settore vino (italiano e non solo) in quello che è il suo principale canale di sbocco, il mercato degli Stati Uniti.

https://winenews.it/it/usa-import-di-vino-a-24-miliardi-di-euro-nel-primo-semestre-2026-252-italia-in-linea_599548/

IN TRE MESI IL COMMERCIO MONDIALE DI VINO HA PERSO 600 MILIONI DI EURO

Effetto Stati Uniti nel bilancio trimestrale del commercio internazionale di vino. Il periodo gennaio-marzo 2026 si chiude con 7,41 miliardi di euro e 2 miliardi di litri scambiati con cali rispettivi del 7,5% a valore e del 7,9% in volume. In particolare, secondo l'analisi Oive (Organizzazione interprofessionale del vino spagnolo) basata su dati doganali di vari Paesi, sono stati persi 600 milioni di euro e 180,7 milioni di litri.
Gran parte della diminuzione è ascrivibile alla performance degli Stati Uniti che, pur restando il primo importatore mondiale a valore (la Germania è primo in volume), hanno ridotto gli acquisti del 38,8%, poco sopra il miliardo di euro, con un calo in valore assoluto di 677 milioni di euro rispetto a un anno fa.

In negativo tutte le tipologie
Segno negativo per tutti i prodotti vinicoli. Per le bottiglie, in tre mesi è stato scambiato un miliardo di litri per 4,9 miliardi di euro, in calo del 3,5% in volume e dell'8,5% in valore. L'imbottigliato, scrive l'Oive, ha perso di più rispetto alle altre categorie (457,9 milioni di euro). Meno importante il calo degli spumanti, con 1.7 miliardi di euro (-1,4%) e 217,2 milioni di litri (-0,9%). Vini sfusi a 581,2 milioni di euro (-15,3%) e 720,4 milioni di litri (-15,5%). Il bag-in-box ha perso il 5,3% in valore (152,8 mln di euro) e il 4,2% in volume (78 milioni di litri).

Il boom di acquisti del 2025 spiega il forte calo del 2026
La forte richiesta di vini francesi, spagnoli e italiani da parte delle aziende americane di importazione nei primi mesi del 2025, a causa della prospettiva dei dazi doganali, hanno determinato questo effetto di calo importante nel confronto coi primi mesi del 2026. Secondo Oive, escludendo gli Stati Uniti l'import globale di vino sarebbe aumentato lievemente in valore nel trimestre, mentre il volume sarebbe calato. Tra i paesi principali, si segnalano i cali di Francia (-19,4% in volume e -7% in valore), Cina (-10,9% e 10,6%), Germania (-5,4% in valore e -7,9% in volume). Singapore è tra i pochi in aumento nel fatturato.

Infine, quasi i tre quarti della perdita degli scambi di vino in volume riguarda la categoria dei vini sfusi, mentre il vino imbottigliato ha pesato per poco più dei tre quarti sul calo totale nel giro d'affari. Il segno, ha spiegato Oive, che i quantitativi sono scesi prevalentemente nel vino sfuso e il fatturato degli scambi globali è calato soprattutto nel segmento dell'imbottigliato.

https://www.gamberorosso.it/notizie/vino/tre-bicchieri/commercio-mondiale-vino-primo-trimestre-2026-dati-oive/

PERCHÉ LA POLONIA È UN'ANCORA PER IL VINO ITALIANO

l vino italiano ha ormai trovato casa in Polonia, dove non è più solo una curiosità ma un tassello stabile nelle abitudini di consumo di una classe media in espansione, grazie anche ad una crescita del PIL del 3,3% nel 2025 e un incremento ulteriore previsto nel 2026 di circa il 3,5%. Nel 2025 l'Italia si è confermata primo fornitore di vino in Polonia per volumi e valore, e i segnali raccolti dagli operatori nel 2026 indicano che questa traiettoria è tutt'altro che esaurita.

I numeri chiave dell'export

Secondo l'Agenzia ICE, nel periodo gennaio–novembre 2025 l'Italia ha esportato in Polonia circa 33 milioni di litri di vino, pari al 25% del totale delle importazioni vinicole del Paese: un primato che ci colloca saldamente al vertice della classifica dei fornitori esteri.

Negli ultimi cinque anni, l'export di vino tricolore verso la Polonia ha registrato incrementi annui a doppia cifra, con un +33% in valore assoluto, segno di una crescita non solo quantitativa ma anche di posizionamento in fasce di prezzo medio-alte.

Sul piano più generale, la Polonia è oggi tra i principali paesi importatori di vino a livello mondiale, con una quota pari a circa l'1,3% degli acquisti mondiali nel 2025, in progresso rispetto agli anni precedenti. Questo dato, inserito nel contesto di un commercio estero dinamico, conferma che Varsavia e le principali città polacche stanno consolidando il loro ruolo di hub per il consumo di vino, anche grazie alla crescita del reddito disponibile e all'occidentalizzazione degli stili di vita.

Polonia, emergente ma già strutturato

L'agroalimentare italiano, nel complesso, ha raggiunto i 2 miliardi di euro di esportazioni verso la Polonia nel periodo gennaio–novembre 2025, con un +19,3% sull'anno precedente. All'interno di questo paniere, il vino occupa una posizione di rilievo: l'Italia è primo fornitore nel comparto vinicolo e si colloca stabilmente tra i protagonisti in segmenti ad alto valore aggiunto, come formaggi, cioccolata e caffè.

La Polonia è dunque un emergente in termini di volumi complessivi, ma presenta già tratti di maturità: consumatori più informati, sempre più attenti alle denominazioni, e una rete distributiva capace di portare etichette italiane sugli scaffali della GDO, nelle enoteche specializzate e nel canale Horeca. Per le cantine italiane questo significa poter costruire, nel medio periodo, relazioni stabili più che semplici operazioni spot, ragionando in termini di presidio e investimenti mirati.

Consumi in crescita e nuove generazioni di "wine lover"

ICE sottolinea come il consumo interno polacco di vino registri tassi di crescita tra i più alti in Europa, trainato dall'emergere di una nuova generazione di consumatori che considera il vino parte integrante del proprio stile di vita. Sono i wine lover urbani, spesso giovani professionisti, che sperimentano etichette internazionali e vivono l'esperienza del vino come occasione sociale, culturale e di distinzione.

In Polonia è ancora evidente la tendenza alla "premiumisation" nel comparto bevande, e in particolare nel vino, grazie ad una domanda sempre più orientata a qualità, origine certificata e produzioni biologiche. Questo fenomeno non si traduce solo nella crescita dei volumi, ma nella ricerca di vini "raccontabili", dotati di storia, territorio e identità chiara: un terreno su cui l'Italia è, per tradizione, particolarmente forte.

Italia, leader per volumi e valore

La leadership italiana nel vinicolo polacco non è casuale, ma è il frutto di una combinazione di fattori: ampiezza dell'offerta, capacità di presidio commerciale e forza del brand "Made in Italy". I dati delle dogane polacche, rielaborati da ICE, mostrano come un quarto del vino importato in Polonia, in volume, sia italiano, un risultato che parla di presenza capillare e di continuità di fornitura.

Allo stesso tempo, la crescita del valore esportato (+33% negli ultimi cinque anni) lascia intendere che molte aziende hanno saputo spostarsi progressivamente verso segmenti medi e alti, sfruttando la maggiore disponibilità di spesa di una fascia di consumatori sensibili alla qualità. Questo posizionamento, più che sui volumi da "entry level", è cruciale per garantire margini sostenibili alle cantine e per evitare una competizione esclusivamente sul prezzo con altri grandi esportatori europei.

Canali di distribuzione: GDO, Horeca ed e-commerce

La struttura del polacco vede la GDO come canale dominante per i prodotti agroalimentari, vino incluso, affiancata da un commercio tradizionale ancora rilevante nelle città di medie dimensioni. Accanto a questi, il canale Horeca riveste un ruolo strategico per gli operatori italiani: è nei ristoranti, nei wine bar e negli hotel che il consumatore polacco entra spesso per la prima volta in contatto con etichette più ricercate.

In parallelo, la crescita accelerata del segmento e-grocery, destinato a raggiungere un valore di 14 miliardi di zloty entro il 2028 (3,2 milioni di euro), con grandi opportunità per prodotti di fascia premium, di nicchia e ad alto valore aggiunto. Per il vino italiano, questo significa poter sperimentare modelli di vendita digitale che valorizzino storytelling, degustazioni online e selezioni curate, intercettando una clientela giovane e abituata all'acquisto via web.

Quadro macroeconomico e prospettive 2026

Le prospettive per il 2026 si inseriscono in un contesto macroeconomico favorevole: la domanda interna polacca si mostra resiliente, mentre le importazioni crescono riflettendo una maggiore propensione al consumo e all'acquisto di beni di qualità. L'Italia beneficia di questa dinamica con un saldo commerciale positivo e uno spazio crescente per il proprio agroalimentare.

Il settore del vino, in particolare, appare ben allineato ai trend di lungo periodo: maggiore attenzione alla salute, alla sostenibilità e alla trasparenza delle etichette; curiosità verso regioni meno note; richiesta di prodotti biologici e a ridotto impatto ambientale. Se le cantine sapranno rispondere con coerenza – investendo in certificazioni, comunicazione chiara e partnership locali – la crescita degli ultimi anni ha buone chance di trasformarsi in radicamento strutturale.

Le sfide: concorrenza, posizionamento e continuità

Il quadro è positivo, ma non privo

di sfide. La Polonia è un sempre più presidiato da altri grandi esportatori europei, con Francia, Spagna e Germania in prima linea, e un'offerta locale in crescita nel segmento dei vini nazionali. Per l'Italia, il rischio non è tanto perdere quote di nel breve periodo, quanto subire una banalizzazione dell'offerta, se ridotta a pochi nomi e a un'immagine stereotipata.
La vera partita si gioca quindi sul posizionamento: riuscire a proporre una gamma ampia – dagli spumanti ai rossi, dai bianchi freschi alle etichette da meditazione – senza snaturare la propria identità. Serve continuità nella presenza sul territorio, investimenti nella formazione dei sommelier e del personale di sala, e una comunicazione che racconti il vino non solo come prodotto, ma come storia di luoghi, persone e tradizioni.
Opportunità per le cantine italiane
Per le aziende italiane che guardano alla Polonia, i dati indicano alcune direttrici chiare:
Crescita stabile e sopra la media globale per l'agroalimentare, con il vino in posizione di forza.
Domanda in costante sviluppo, guidata da consumatori giovani e curiosi, sensibili a qualità, sostenibilità e denominazione d'origine.
Diversificazione dei canali: GDO per i volumi, Horeca per il posizionamento premium, e-commerce per segmenti di nicchia e clienti digitali.
Chi saprà leggere questo scenario con lucidità potrà trasformare la Polonia da " emergente interessante" a pilastro stabile della propria strategia export, costruendo rapporti duraturi con partner locali e creando un racconto del vino italiano capace di parlare la lingua – concreta, diretta e curiosa – dei consumatori polacchi.

https://www.winemeridian.com/mercati/perche-la-polonia-e-unancora-per-il-vino-italiano/

SCENDE L'EXPORT DEL VINO EUROPEO:
-5% NEL PRIMO QUADRIMESTRE 2026 A 5 MILIARDI DI EURO

Che il vino non stia attraversando un momento brillante sui mercati internazionali non è più, e da tempo, una novità. L'andamento negativo del 2025 per l'export, pur se nel confronto con un 2024 da record, non ha trovato un'inversione di segno nemmeno nel 2026 e questo vale, in generale, a livello europeo dove si trovano le tre maggiori potenze enoiche produttive, Francia, Italia e Spagna. Secondo il "Monitoring Eu Agri-Food Trade" della Commissione Europea, da gennaio ad aprile 2026, il valore delle esportazioni di vino e prodotti a base di vino europeo, infatti, ha di poco superato i 5 miliardi di euro in valore (-5%) con un calo di 265 milioni di euro sullo stesso periodo temporale 2025, "principalmente a causa dei prezzi più bassi verso gli Stati Uniti", si legge nel report. Sempre nel primo quadrimestre 2026, restano, invece, stabili spirits e liquori a 2,7 miliardi di euro di export. Con 16,4 miliardi di euro di export nel 2025 (ma con quasi 1 miliardo in meno sul 2024), il vino ha rappresentato il 7% del totale dei prodotti europei esportati, confermandosi uno dei più importanti.
A livello generale, ad aprile 2026, l'Ue ha esportato prodotti agroalimentari per un valore di 20,3 miliardi di euro, registrando un calo del 3% su base mensile e un aumento dell'1% su base annua. Le esportazioni complessive da inizio anno hanno raggiunto i 77,6 miliardi di euro, un dato inferiore del 3% sul primo quadrimestre 2025 (-2,3 miliardi di euro), dovuto principalmente alla riduzione delle esportazioni di cacao e carne suina. Tra i prodotti più in difficoltà c'è l'olio di oliva: l'export è diminuito di 367 milioni di euro (-17%) nei primi 4 mesi dell'anno in corso, a causa del calo dei prezzi (-12%) e dei volumi (-8%), in particolare verso gli Stati Uniti, ma anche in direzione di Canada, Australia e Giappone.
Il Regno Unito con 17,8 miliardi di euro resta il principale partner commerciale dell'Europa (-2%) per l'agri-food, davanti agli Stati Uniti che mostrano un calo marcato (-14%) a 8,8 miliardi di euro complessivi. Sul podio sale anche la Svizzera (+1%) a 4,6 miliardi di euro.
Da gennaio ad aprile 2026, l'Ue sul fronte agri-food ha importato per 62 miliardi di euro, -4% sulla medesima finestra temporale 2025. Per quanto riguarda la bilancia commerciale (la differenza tra il valore delle esportazioni e quello delle importazioni, ndr), il confronto tra il primo quadrimestre 2025 (15,3 miliardi di euro) e il primo quadrimestre 2026 (15,6 miliardi di euro), porta ad un saldo positivo di 233 milioni di euro, derivato dal calo dei prezzi del cacao.

https://winenews.it/it/scende-lexport-del-vino-europeo-5-nel-primo-quadrimestre-2026-a-5-miliardi-di-euro_596599/

BUROCRAZIA E MARGINI BASSI, LA VITICOLTURA BIO È IN RITIRATA

Dopo anni di espansione la viticoltura biologica inizia a dare segni di stanchezza. Se nel 2010 le superfici vitate gestite in bio erano appena 52mila ettari, nel 2022 hanno raggiunto la cifra record di 135.667 ettari. Poi però è iniziato un lento declino: 133.007 ettari nel 2023 e 132.441 ettari nel 2024. Non si tratta certo di un crollo verticale, ma è il segno che qualcosa si è inceppato.
Cerchiamo quindi di analizzare le cause, numeri alla mano, e ascoltando chi il biologico lo ha prodotto e poi è tornato indietro. Perché i fattori da tenere in considerazione sono molti: non solo quelli di , ma anche quelli legati alle motivazioni personali degli agricoltori, alla difesa fitosanitaria, al clima e al sostegno pubblico.
Per anni il biologico ha rappresentato per molte aziende vitivinicole una leva di posizionamento. Certificarsi significava distinguersi sul , raccontare meglio il legame con il territorio e, almeno in teoria, spuntare un prezzo più alto. Una scelta tecnica dunque, ma anche commerciale.
Negli ultimi anni però questo equilibrio si è incrinato. Nel 2022, mentre l'inflazione agroalimentare raggiungeva il 9,1%, il domestico biologico nel suo complesso cresceva appena dello 0,5%. Il vino bio, invece, arretrava: gli acquisti di vini e spumanti biologici hanno segnato un calo del 3,7-3,9% rispetto all'anno precedente.

Il problema non è solo vendere meno, ma vendere con margini più stretti. Nel 2024, nel carrello biologico complessivo, i volumi sono cresciuti del 4,3%, mentre il valore si è fermato a +2,9%. Tradotto: si compra più bio, ma a prezzi medi più contenuti. Una

buona notizia per il consumatore, meno per chi produce.
La spesa per vini e spumanti bio, dopo il rimbalzo del 2023 (+6,9%), nel 2024 è tornata in negativo, con una flessione dell'1,6%. E sullo scaffale la concorrenza è sempre più affollata: residuo zero, sostenibile, integrato (SQNPI), green, naturale. Claim diversi, non sempre equivalenti e talvolta fantasiosi, che rischiano però di confondere il consumatore e di rendere meno distintivo il marchio biologico.
"Le uve biologiche non ce le hanno mai pagate di più", racconta Ilaria Nidini, titolare con la socia Anna Laura Campagnola della Tenuta Santa Maria Valverde, in Valpolicella. Una azienda vitivinicola che dopo essere passata al biologico ha fatto marcia indietro. "Non ci hanno riconosciuto neanche dieci centesimi in più. A quel punto ti chiedi: perché devo sostenere costi maggiori, più rischi e più burocrazia se il non li riconosce?".
La Tenuta Santa Maria Valverde è una piccola realtà familiare di circa 10 ettari sulle colline della Valpolicella Classica. Per anni l'azienda ha lavorato in biologico. "In totale abbiamo fatto dieci anni di bio, sei dei quali certificati e ben quattro in conversione, a causa di un errore burocratico", spiega Ilaria Nidini. "Per noi era un modo di essere, uno spirito. Voleva dire rispetto dell'ambiente, del territorio e delle persone".
Poi sono arrivate le annate difficili. Il 2022, segnato dalla siccità. Il 2023, con alternanza di bombe d'acqua, umidità e stress idrico. Il 2024, di nuovo complicato sul fronte fitosanitario. La produzione è calata pesantemente e una parte delle uve non è stata accettata dalla cantina conferitrice a causa del marciume.
"Per una realtà come la nostra è stato devastante", racconta Ilaria Nidini. "Noi vinifichiamo solo una parte delle uve, il resto lo vendiamo. Se quel conferimento viene meno, salta una quota fondamentale della liquidità aziendale".
Il punto di rottura è arrivato nel 2025. "Mi sono trovata a piangere e a chiedermi cosa fare. Posso essere idealista, posso essere visionaria, ma non posso far fallire l'azienda. Ho dovuto accendere un altro mutuo e a quel punto ho capito che così non aveva più senso andare avanti".

Ambiente, non sempre il bio è la risposta più semplice
Il biologico nasce per ridurre l'impatto dell'agricoltura sull'ambiente. Ma in viticoltura il tema è più complesso, soprattutto nelle aree dove la pressione di peronospora, oidio e marciumi è elevata. I prodotti di copertura richiedono tempestività, ripetizione dei trattamenti e, in annate piovose, molti passaggi in campo.
"Nel 2023 siamo arrivati a ventitré trattamenti", ricorda Ilaria Nidini. "Praticamente ogni settimana eravamo fuori con il trattore. A quel punto ti chiedi: sto davvero facendo una cosa più sostenibile? Consumo gasolio, compatto il terreno, apporto quantità notevoli di rame al suolo...".
Dopo l'uscita dal biologico, la Tenuta Santa Maria Valverde è passata alla difesa integrata certificata SQNPI. "Non abbiamo smesso di rispettare l'ambiente", sottolinea Ilaria Nidini. "Abbiamo smesso di fare una certificazione che per noi non era più sostenibile. L'anno scorso, con una difesa diversa, la pianta ha prodotto quasi al suo potenziale. Ho visto grappoli bellissimi, come non ne vedevo da anni".
Il ruolo della Pac e degli aiuti pubblici
La crescita del biologico non si spiega solo con il . Un ruolo decisivo lo hanno avuto le politiche pubbliche. La Politica Agricola Comune ha messo il bio al centro delle strategie ambientali e, con l'intervento SRA29, per il periodo 2023-2027 sono stati stanziati oltre 2,2 miliardi di euro per sostenere conversione e mantenimento.

A fare da cornice c'è anche la strategia europea Farm to Fork, che punta al 25% di superficie agricola condotta in biologico entro il 2030. L'Italia, che nel 2024 ha superato i 2,5 milioni di ettari bio complessivi, punta a raggiungere questo obiettivo già nel 2027.
Anche nel vigneto il peso del bio resta rilevante: nel 2024 rappresenta il 21% della superficie vitata nazionale, con 128.929 ettari di vite da vino e 3.512 ettari di vite da tavola. Le regioni leader sono Sicilia, con 33.823 ettari, Toscana, con 23.068 ettari, e Puglia, con 21.320 ettari. Regioni dove, a causa anche di un clima più secco, la difesa è più semplice.
Ma gli incentivi da soli non bastano. L'andamento delle superfici dipende molto dai bandi regionali, dai tempi di apertura delle misure e dalla chiarezza degli impegni. Quando le risorse arrivano, le superfici crescono. Quando i bandi rallentano o le regole diventano più complesse, alcune aziende frenano.
"Il problema è che il sistema è diventato pesantissimo", denuncia Ilaria Nidini. "Ci sono troppi enti, troppi controlli, troppi registri. Io ho scelto di gestirmi da sola la certificazione perché volevo capire e mi sono accorta di quanto il sistema sia farraginoso".

Clima, inflazione e incertezza: il bio sotto pressione
La lieve contrazione delle superfici vitate biologiche non va letta come la fine del bio. Piuttosto, sembra indicare l'ingresso in una fase più matura e più selettiva. Dopo anni di crescita, le aziende fanno i conti con un contesto molto diverso: costi elevati, margini ridotti, consumatori più attenti al prezzo, tensioni geopolitiche, dazi e mercati internazionali più incerti.
A questo si aggiunge il clima. Le annate recenti hanno mostrato quanto sia difficile gestire la vite tra siccità, piogge concentrate, umidità persistente ed eventi estremi. In queste condizioni il biologico richiede organizzazione, tempestività, assistenza tecnica e una struttura aziendale in grado di assorbire il rischio.

Non tutte le aziende sono nella stessa situazione. Il bio può continuare ad essere una scelta efficace, soprattutto dove le condizioni pedoclimatiche sono favorevoli e dove il prodotto viene trasformato e valorizzato direttamente. Ma per chi conferisce le uve senza ottenere un premio di prezzo, o per chi opera in aree ad alta pressione fitosanitaria, la certificazione può diventare un costo difficile da giustificare.
Il dato nazionale lo conferma: la viticoltura biologica ha smesso di correre. Dopo il massimo del 2022, la superficie si è ridotta di poco più di 3mila ettari. Un segnale piccolo nei numeri, ma importante nella sostanza.

https://agronotizie.imagelinenetwork.com/agricoltura-economia-politica/2026/07/06/burocrazia-e-margini-bassi-la-viticoltura-bio-e-in-ritirata/89473

MONDO

I PRODUTTORI DI BORDEAUX RIPENSANO LA REGIONE ATTORNO A VINI PIÙ LEGGERI

Bordeaux sta rimodellando il proprio modello enologico mentre il consumo di alcol cala e gli acquirenti si orientano verso stili più leggeri, acquisti in volumi inferiori e standard ambientali più rigorosi. In tutta la regione francese, i produttori stanno ampliando i bianchi secchi, ripensando i vini dolci per nuove occasioni di consumo, sviluppando rossi più freschi e accelerando l'adattamento climatico in vigna, un cambiamento ampio che potrebbe influenzare le strategie del vino ben oltre il sud-ovest della Francia.
Per generazioni, Bordeaux ha costruito la propria identità globale sui blend rossi guidati da Cabernet Sauvignon, Merlot e Cabernet Franc. Questa immagine conta ancora, soprattutto nella fascia alta del , ma molte aziende oggi affermano che non rispecchia più la realtà completa della regione. Il vino bianco secco è diventato uno dei segnali più chiari di questo cambiamento. Secondo i dati citati dai produttori regionali, le uve bianche rappresentano circa il 12% degli impianti vitati a Bordeaux, eppure le aziende stanno aumentando l'attenzione sui bianchi secchi, sui Crémants spumanti e su altri stili che ritengono più in linea con la domanda attuale.
A Château Clarke, nel Médoc, il vino bianco è diventato un esempio centrale di questo cambiamento. La tenuta produsse per la prima volta vino bianco alla fine del XIX secolo, e la cuvée Le Merle Blanc de Château Clarke è stata rilanciata nel 1998 dopo che Baron Edmond de Rothschild aveva acquisito la proprietà anni prima. Il vino è ottenuto dalle quattro varietà di uve bianche autorizzate nell'AOC Bordeaux. La tenuta afferma che le vendite sono state abbastanza forti da far valutare un aumento della produzione. Marine Babion, responsabile delle relazioni con i media della cantina, ha detto che la domanda supera l'offerta per la cuvée assegnata.
Altri viticoltori si stanno muovendo nella stessa direzione. Nelle Côtes de Bourg, dove il vino rosso ha a lungo dominato, Château Le Piat ha piantato Sauvignon Blanc e Muscadelle nel 2024. Il proprietario Romain Baillou vede un potenziale per bianchi freschi e aromatici dai suoli calcarei della zona. Investimenti simili stanno comparendo in altre parti di Bordeaux mentre i produttori cercano di intercettare consumatori alla ricerca di vini più brillanti e più accessibili.
Anche i vini dolci vengono riposizionati, anziché abbandonati. A Sauternes e nelle appellations vicine, le aziende stanno cercando di portare questi vini oltre il loro ruolo tradizionale a fine pasto. A Château d'Arche, vicino a Sauternes, il direttore commerciale Damien Cressot ha detto che la domanda di Sauternes nei cocktail è trainata dai consumatori e dai giovani mixologist disposti a usare la categoria in modi nuovi. Lo scorso ottobre, la tenuta ha collaborato con Nektar, un bar di Bordeaux, a un programma di una settimana e a una masterclass dedicati ai cocktail a base di Sauternes. I produttori affermano che iniziative come questa, insieme a confezioni aggiornate e a una comunicazione più mirata, stanno aiutando a far conoscere i Bordeaux dolci ai consumatori più giovani.
Nelle vicinanze, a Sainte-Croix-du-Mont, Château La Rame porta avanti un argomento simile da una fascia di prezzo diversa. Il suo vino dolce Gourmandise è prodotto con Sémillon al 100% botritizzato e raccolto a mano, coltivato su suoli argillo-calcarei sopra la Garonna. Il co-proprietario Olivier Allo ha detto che l'obiettivo è presentare i vini dolci di Bordeaux non solo con il dessert, ma anche come vini da aperitivo o in abbinamento a frutti di mare, astice, piatti speziati, formaggi erborinati, foie gras e dessert alla frutta. Ha descritto freschezza, autenticità e accessibilità come aspettative chiave dei consumatori di oggi.
Il vino rosso resta centrale per Bordeaux, ma i produttori stanno adattando sia lo stile sia il messaggio. Accanto ai cru classificati da lungo invecchiamento e alle etichette consolidate, un numero crescente di aziende sta promuovendo rossi più leggeri, con minore estrazione e maggiore bevibilità immediata. L'idea non è sostituire il Bordeaux classico, ma ampliare il suo pubblico e creare più occasioni di consumo.
Maison Sichel, fondata nel 1886, è tra le case che spingono in questa direzione. Alexander Sichel ha attirato l'attenzione con Ocha, un rosso delicato che prende il nome dalla parola giapponese per tè. Prodotto con macerazione breve e fermentazione con grappoli interi, ha trovato spazio nei bar di Bordeaux e nelle carte dei ristoranti in Gran Bretagna. Sichel lo ha descritto come parte di un nuovo volto di Bordeaux rivolto ai consumatori più giovani che cercano vini aromatici e contemporanei.
Allo stesso tempo, suo fratello Max Sichel sta lavorando a un progetto separato chiamato César, che punta a rendere più accessibili i vini di Bordeaux più apprezzati attraverso un'unica etichetta che riunisce imbottigliamenti premiati a prezzi più bassi. Il concetto riflette un'altra pressione che sta plasmando la regione: molti consumatori bevono meno in generale, ma quando acquistano vino prestano maggiore attenzione al rapporto qualità-prezzo.
Questa tensione tra tradizione e reinvenzione attraversa gran parte del Bordeaux di oggi. Produttori come Olivier Cazenave di Château de Bel hanno costruito portafogli che includono claret di facile beva, vini monovitigno ed espressioni meno convenzionali come il Cabernet Franc in stile solera. Cazenave ha sostenuto che il futuro di Bordeaux dipende dall'innovazione senza perdere l'identità regionale, con scelte stilistiche guidate più dalle condizioni del vigneto che da aspettative rigide su quale debba essere il gusto del Bordeaux.
I cambiamenti in cantina stanno avvenendo insieme a una trasformazione più rapida delle pratiche agricole. Nell'ultimo decennio, Bordeaux ha ampliato la certificazione ambientale su gran parte della propria superficie vitata. Oltre il 75% dei vigneti della regione è ora certificato secondo un sistema ambientale, secondo i dati citati dai produttori e dai gruppi di settore attivi sul territorio. Anche la superficie coltivata a biologico è cresciuta rapidamente negli ultimi anni.
Il lavoro riguarda programmi per la biodiversità, minori input chimici, gestione dell'acqua e riduzione del-

le emissioni di carbonio. I viticoltori stanno testando portinnesti, usando colture di copertura e mappando i mesoclimi per individuare zone più fresche che potrebbero essere più adatte alle condizioni future. Stanno inoltre sperimentando nuove varietà di uva con regole limitate di impianto e assemblaggio pensate per valutare come queste uve si comportano con l'aumento delle temperature.
Un focus importante riguarda varietà resistenti alle malattie e a maturazione più tardiva che potrebbero ridurre l'uso di pesticidi fino al 90% aiutando al tempo stesso i vigneti ad affrontare il cambiamento climatico. Questo conta non solo per Bordeaux ma potenzialmente anche per altre regioni vinicole europee che affrontano pressioni simili dovute a caldo, siccità e cambiamento dei comportamenti dei consumatori. Se queste prove avranno successo sia sul piano commerciale sia su quello agronomico, potrebbero offrire un modello ai produttori di tutto il settore delle bevande che cercano di bilanciare prodotti storici e nuove realtà di mercato.
Alcune iniziative vanno già oltre i programmi di certificazione standard. Vignobles Gabriel Ⅱ Co., un collettivo di 34 viticoltori focalizzato sulla produzione etica di vino, è diventato nel 2020 il primo operatore del settore vinicolo francese a ottenere la certificazione Fair for Life. Pauline Réaud, responsabile marketing e comunicazione del gruppo, ha detto che l'accreditamento ha dimostrato che un approccio fair trade può funzionare per un collettivo di viticoltori indipendenti in Francia.
Altre aziende stanno usando metodi pratici adattati alle condizioni locali. A George 7, a Fronsac, la winemaker Sally Evans usa le vinacce delle olive della produzione di olio per nutrire le mosche e poi applica il residuo come fertilizzante destinato ad aiutare le viti a resistere alla peronospora. A Château Clarke, in primavera si usano le pecore nell'ambito degli sforzi di protezione dal gelo; la tenuta afferma che quest'anno hanno contribuito ad aumentare le temperature di 2°C. A Château d'Arche, sono stati piantati migliaia di alberi per sostenere uccelli e pipistrelli che possono aiutare a controllare i parassiti degli insetti senza prodotti chimici.
Nel loro insieme, queste mosse mostrano una regione che cerca di rispondere su più fronti contemporaneamente: domanda più debole di vino rosso in alcuni mercati, minore consumo complessivo di alcol, pressione sui prezzi, rischio climatico e idee in evoluzione su quando e come si consuma il vino. Per i produttori di bevande che osservano da fuori Bordeaux, il significato potrebbe essere più ampio del riposizionamento di una sola regione francese. Il cambiamento suggerisce che la crescita futura potrebbe dipendere meno dalla sola difesa delle categorie storiche e più dall'offerta di più stili, di un valore più chiaro e di prove più solide di adattamento ambientale.
Bordeaux continua a fare ampio affidamento sulla propria storia e sul proprio prestigio. Ma in tutte le appellations più note per i blend rossi o per i vini dolci nobili, molti produttori sembrano oggi meno interessati a preservare vecchie convinzioni che a dimostrare che una delle regioni vinicole più consolidate d'Europa può cambiare rapidamente quando le condizioni di mercato lo richiedono.

https://www.vinetur.com/it/20260723104742/bordeaux-producers-recast-the-region-around-lighter-wines.html

I PRODUTTORI DI CHAMPAGNE RIDUCONO LA RESA DELLA VENDEMMIA 2026 A 8.800 CHILOGRAMMI PER ETTARO

I produttori e le maisons di Champagne hanno concordato di abbassare la resa autorizzata per la vendemmia 2026 a 8.800 chilogrammi per ettaro, un calo del 2% rispetto ai 9.000 chilogrammi per ettaro del 2025, mentre la regione cerca di ridurre le scorte di circa 10 milioni di bottiglie mantenendo il proprio obiettivo di lungo periodo di vendite pari a 300 milioni di bottiglie l'anno.
La decisione è stata annunciata dai vertici dei principali organismi di categoria dello Champagne dopo le trattative tra viticoltori e maisons. La misura riflette un difficile equilibrio in una delle regioni vinicole più rigidamente regolamentate al mondo: i produttori familiari vogliono una produzione sufficiente a sostenere aziende che hanno investito molto nelle misure ambientali, mentre le maisons di Champagne stanno portando avanti scorte che pesano sul flusso di cassa.
Maxime Toubart, presidente del Syndicat Général des Vignerons de Champagne e co-presidente del Comité Champagne, ha detto che la resa più bassa serve a rispondere a entrambe le pressioni. Ha affermato che il livello tiene conto delle esigenze delle aziende familiari e, al tempo stesso, aiuta ad avviare una graduale riduzione delle scorte. Ha aggiunto che i produttori preferirebbero una resa di 10.000 chilogrammi per ettaro, ma che immettere troppo vino sul non sarebbe sostenibile.
Il nuovo tetto prosegue un trend discendente. La resa autorizzata era di 10.000 chilogrammi per ettaro nel 2024, poi è scesa del 10% a 9.000 chilogrammi per ettaro nel 2025. L'ultimo taglio è più contenuto, ma arriva mentre lo Champagne cerca di gestire con attenzione l'offerta dopo una domanda più debole negli ultimi anni.
David Chatillon, presidente dell'Union des Maisons de Champagne e anch'egli co-presidente del Comité Champagne, ha detto che il settore aveva già concordato lo scorso anno una strategia per ridurre le scorte senza muoversi troppo bruscamente. Ha affermato che la riduzione attesa è di circa 10 milioni di bottiglie. Ha inoltre richiamato una modesta ripresa delle spedizioni, aumentate dell'1,2% nel primo semestre dell'anno, e ha detto che, se questa tendenza continuerà, potrebbe consentire allo Champagne di ridurre ulteriormente le scorte.
Per lo Champagne, il controllo delle rese è uno dei principali strumenti utilizzati per stabilizzare i prezzi e proteggere il modello economico della regione. A differenza di molte aree vinicole che reagiscono più direttamente alle oscillazioni del , lo Champagne si è a lungo affidato a decisioni collettive tra viticoltori e maisons su quanto frutto possa essere raccolto ogni anno. Queste decisioni incidono sull'offerta di uva, sui vini di riserva e sulla disponibilità futura di bottiglie in un'appellation costruita su lunghi

periodi di affinamento e su un forte branding globale.
Anche con rese più basse, i leader del settore affermano di non voler rinunciare a tornare a vendite annue di 300 milioni di bottiglie. Toubart ha detto che lo Champagne è strutturato per quel volume e non per meno. Ha avvertito che l'attuale modello è sotto pressione e non può continuare per molti anni con questo livello di contenimento della produzione, ma ha sostenuto che lo Champagne resta in una posizione più forte rispetto a molte altre regioni vinicole alle prese con consumi più lenti e costi in aumento.
Per sostenere le vendite, il Comité Champagne prevede due eventi promozionali volti ad accrescere la visibilità dell'appellation in Francia. Il primo, Champagne Week, si svolgerà a Parigi dal 19 ottobre al 26 ottobre 2026. Gli organizzatori dicono che l'obiettivo è creare nuove occasioni di degustazione in ristoranti, wine bar, hotel e enoteche dell'area parigina. Toubart ha detto che lo scopo è mettere in evidenza la diversità dei vini di Champagne e incoraggiare una partecipazione ampia, invece di organizzare un evento strettamente istituzionale.

L'organismo interprofessionale coordinerà Champagne Week tramite un sito web che elenca gli eventi partecipanti e lo sosterrà con una comunicazione mirata nell'area di Parigi. La campagna arriva in un momento in cui i produttori cercano modi per riconnettersi con i consumatori attraverso l'ospitalità e l'esperienza diretta, invece di affidarsi soltanto ai canali tradizionali della distribuzione.
Un secondo evento, chiamato Champagne Rendez-Vous, è in programma per il 5 giugno 2027 al Parc de Champagne di Reims. Chatillon ha detto che l'obiettivo sarà ampliare la portata dello Champagne affiancando all'evento principale programmi aggiuntivi ospitati da viticoltori e maisons. Il formato è pensato per distribuire l'attività oltre un solo luogo e coinvolgere direttamente un numero maggiore di produttori della regione.
Le discussioni hanno toccato anche una proposta della federazione dei viticoltori indipendenti per creare quello che definisce un meccanismo di bisogno individuale di commercializzazione, o BIC. I sostenitori lo vedono come un modo per dare ai singoli produttori maggiore flessibilità in base alla propria situazione commerciale. Ma i vertici del Comité Champagne lo hanno respinto perché inadatto alla gestione di un sistema collettivo.
Toubart ha detto che l'idea potrebbe avere senso dal punto di vista individuale, ma non per guidare la regione nel suo insieme. Ha sostenuto che, se ad alcuni produttori fosse consentito raccogliere di più in un simile sistema, altri dovrebbero raccogliere di meno. Chatillon ha espresso un punto di vista simile dalla prospettiva delle maisons di Champagne, affermando che le aziende che possiedono vigneti potrebbero usare la stessa logica per aumentare le proprie rese e acquistare meno uva dai viticoltori, il che, ha detto, indebolirebbe la gestione collettiva.
Il dibattito mostra quanto restino sensibili le decisioni produttive nello Champagne, dove viticoltori e maisons dipendono gli uni dagli altri anche quando i loro interessi a breve termine divergono. I viticoltori hanno bisogno di una domanda stabile di uva e di un'economia aziendale sostenibile. Le maisons hanno bisogno di disciplina sulle scorte e di sufficiente flessibilità per reagire se le esportazioni dovessero riprendersi con maggiore forza. Entrambe le parti cercano di evitare correzioni brusche dopo diversi anni segnati da inflazione, consumi più deboli in alcuni mercati e pressione sui margini in tutto il commercio del vino.

Per ora, il compromesso intorno agli 8.800 chilogrammi per ettaro segnala che lo Champagne vuole continuare a ridurre le scorte con cautela, invece di imporre una contrazione rapida. Con spedizioni in lieve crescita e nuove iniziative promozionali previste a Parigi e Reims, la regione punta sul fatto che una gestione più rigorosa dell'offerta e una rinnovata visibilità presso i consumatori possano aiutarla a tornare verso il suo parametro di riferimento di 300 milioni di bottiglie vendute all'anno.

https://www.vinetur.com/it/20260722104675/champagne-producers-cut-the-2026-harvest-yield-to-8800-kilograms-per-hectare.html

VINO ITALIANO NEGLI USA, LA LOGISTICA DIVENTA UNA LEVA COMPETITIVA

Dazi, consumi in calo e margini sotto pressione spingono le cantine a ripensare la distribuzione oltreoceano, tra hub locali, vendita diretta e nuovi modelli B2C
Il vino italiano negli Stati Uniti sta entrando in una fase in cui la competitività non dipende più soltanto dalla qualità del prodotto, dalla forza del marchio o dalla capacità commerciale degli importatori. In un reso più complesso da dazi, consumi più deboli e margini sotto pressione, anche la logistica diventa parte integrante della strategia. Il tema non riguarda solo il trasporto delle bottiglie dall'Italia agli USA. Riguarda tempi di consegna, costi, sostenibilità, gestione degli ordini, rapporto diretto con il consumatore e capacità delle cantine di presidiare un che resta centrale, ma sempre meno automatico.
Secondo l'Osservatorio di Unione Italiana Vini, nei primi dodici mesi di dazi l'export italiano verso gli Stati Uniti ha perso oltre 340 milioni di euro, con volumi ai minimi degli ultimi dieci anni. Nel primo quadrimestre 2026, il mercato americano ha continuato a mostrare segnali di difficoltà, con un calo del 15,4% a valore per il vino italiano. In questo scenario, ogni elemento della filiera commerciale diventa decisivo.
Stati Uniti, un centrale ma più difficile
Gli Stati Uniti restano il primo di riferimento per il vino italiano fuori dai confini nazionali. Proprio per questo, le difficoltà degli ultimi mesi pesano in modo significativo sulle strategie delle aziende. Il rallentamento dei consumi, la pressione dei dazi e la debolezza del dollaro stanno modificando le condizioni di accesso e permanenza sul . Per molte cantine, il problema non è soltanto vendere meno, ma mantenere valore in un contesto in cui il prezzo finale rischia di diventare meno competitivo.
In passato, la forza del vino italiano negli USA si è fondata su un equilibrio tra reputazione, distribuzione consolidata e ampiezza dell'offerta. Oggi questo equilibrio richiede strumenti più precisi. La qualità del prodotto resta centrale, ma deve essere sostenuta da

modelli commerciali capaci di ridurre inefficienze e migliorare il servizio.
Il limite delle spedizioni tradizionali
Per le cantine che lavorano con il consumatore finale, la spedizione tradizionale dall'Italia può rappresentare un limite operativo. Tempi lunghi, pratiche doganali, costi elevati e gestione complessa del singolo ordine rischiano di indebolire l'esperienza d'acquisto. Il problema diventa ancora più evidente nel canale diretto. Un cliente americano che acquista dopo una visita in cantina, una degustazione o un contatto online si aspetta un servizio rapido, tracciabile e coerente con gli standard a cui è abituato in altri settori.
Se la consegna richiede settimane, la relazione rischia di perdere forza. L'interesse generato dall'esperienza in cantina o dal racconto del prodotto può raffreddarsi prima che la bottiglia arrivi a destinazione. In un competitivo, anche questo incide sulla frequenza d'acquisto e sulla possibilità di trasformare un cliente occasionale in un cliente ricorrente.
Hub locali e canale B2C
Una delle soluzioni che sta guadagnando attenzione è il ricorso a hub logistici negli Stati Uniti, dove stoccare parte del prodotto destinato al mercato americano. In questo modo, l'ordine non parte più dall'Italia ogni volta, ma viene gestito direttamente dal territorio statunitense.
Per le cantine, questo modello può ridurre i tempi di consegna, semplificare la gestione doganale e rendere più efficiente il rapporto con il consumatore finale. La logica è quella del fulfillment: il vino viene portato preventivamente sul mercato di destinazione e poi distribuito in modo più rapido in base agli ordini.
Il vantaggio è particolarmente evidente nel B2C, dove il cliente privato non acquista grandi volumi, ma attribuisce molto valore alla semplicità del servizio. In questo contesto, la velocità di consegna può diventare un elemento competitivo tanto quanto il prezzo o il packaging.
Vendita diretta ed enoturismo
Il tema logistico si collega direttamente anche all'enoturismo. Le cantine italiane accolgono ogni anno visitatori stranieri che, dopo una degustazione o una visita in azienda, desiderano continuare il rapporto con il produttore anche una volta rientrati nel proprio Paese.
Per il pubblico americano, questo passaggio è particolarmente importante. La visita in cantina può generare un legame forte con il territorio e con il marchio, ma perché quel legame diventi acquisto ripetuto serve un servizio fluido.
La vendita diretta non sostituisce il lavoro degli importatori e dei distributori, ma può affiancarlo. Permette alla cantina di mantenere un contatto più stretto con il consumatore, raccogliere informazioni sulle preferenze, proporre selezioni mirate e costruire nel tempo una relazione più personale.
Senza una logistica adeguata, però, questo potenziale resta parziale. Il canale diretto ha bisogno di infrastrutture, tempi affidabili e processi semplici. Altrimenti rischia di restare un'opportunità solo teorica.
Packaging e sostenibilità nella distribuzione oltreoceano
La logistica del vino verso gli Stati Uniti pone anche un tema ambientale. Le spedizioni frammentate, soprattutto quando gestite ordine per ordine, possono aumentare l'impatto del trasporto e rendere meno efficiente l'intera filiera.
Per questo cresce l'interesse verso soluzioni aggregate, in grado di razionalizzare i flussi e ridurre l'incidenza delle singole spedizioni. Il trasporto marittimo su scala organizzata, affiancato da una distribuzione locale più rapida, può diventare una strada per migliorare l'efficienza e contenere le emissioni per unità trasportata.
Anche il packaging entra in questa valutazione. Gli imballaggi sostenibili, privi di plastiche difficili da smaltire e progettati per garantire sicurezza durante il trasporto, possono incidere sia sulla percezione del consumatore sia sui costi di gestione nei mercati più attenti alle normative ambientali.
Negli Stati Uniti, dove in alcuni Stati cresce l'attenzione verso lo smaltimento di materiali come il polistirolo, la scelta del packaging non è più soltanto tecnica. Diventa un elemento di conformità, reputazione e coerenza con il posizionamento del brand.
Dalla logistica al posizionamento commerciale
La distribuzione non può più essere considerata solo l'ultimo passaggio della filiera. Per il vino italiano negli Stati Uniti, la logistica è ormai una componente del posizionamento commerciale.
Un vino ben raccontato, ben confezionato e ben distribuito arriva al consumatore con maggiore forza. Al contrario, un prodotto che incontra difficoltà nella consegna, costi elevati o tempi poco competitivi rischia di perdere valore proprio nel momento decisivo della relazione con il cliente.
Questo vale soprattutto per le cantine che puntano su fasce medio-alte, vendita diretta, club, esperienze in azienda e relazioni personalizzate. In questi casi, il servizio diventa parte dell'identità del brand. Non basta che la bottiglia sia coerente: deve esserlo anche tutto ciò che la accompagna.
Una nuova variabile per il vino italiano
Il momento difficile del mercato statunitense impone alle aziende italiane di leggere la distribuzione con occhi nuovi. Dazi e consumi in calo non si risolvono con la logistica, ma una logistica più efficiente può aiutare a proteggere margini, servizio e continuità commerciale.
La sfida è costruire modelli più adatti a un cambiato: meno dipendenti dall'improvvisazione, più orientati alla programmazione, più attenti al rapporto diretto con il consumatore e più coerenti con le richieste di sostenibilità.
Per il vino italiano, gli Stati Uniti restano un decisivo. Ma per continuare a presidiarlo non basterà essere presenti. Servirà arrivare meglio, più rapidamente e con un sistema distributivo capace di trasformare la qualità del prodotto in un'esperienza d'acquisto all'altezza delle aspettative.

https://www.igrandivini.com/news/vino-italiano-usa-logistica-leva-competitiva/

CANADA, IL CAMBIA SENZA VINI USA

Il vinicolo canadese sta vivendo una trasformazione che va oltre la contingenza politica. La rimozione dei vini statunitensi dagli scaffali dei monopoli provinciali, nata come risposta alle tensioni commerciali con Washington, ha prodotto una ridistribuzione profonda delle quote di . Quella che

inizialmente sembrava una misura temporanea si è trasformata in un acceleratore di diversificazione: importatori, ristoranti, retailer e consumatori hanno rapidamente cercato e trovato alternative.
Il tema è al centro dell'articolo di Gabriel Riel-Salvatore pubblicato su Il Corriere Vinicolo n. 22 del 6 luglio 2026. Nel 2024 il Canada rappresentava circa il 36% delle esportazioni complessive di vino degli Stati Uniti, ma nel 2025 le spedizioni verso il canadese sono diminuite di circa il 78%, con perdite stimate in centinaia di milioni di dollari. Il vuoto lasciato da California, Washington e Oregon ha aperto spazio ai produttori nazionali, agli esportatori europei e a regioni vinicole prima meno visibili.
Tra i beneficiari più evidenti c'è l'Italia, già forte sul canadese e in grado di intercettare la domanda grazie alla varietà della propria offerta, dal Prosecco ai grandi rossi. Le esportazioni italiane sono cresciute del 9% in volume, mentre anche Francia, Cile, Argentina, Nuova Zelanda e Australia hanno rafforzato la propria presenza. Parallelamente, i vini canadesi hanno beneficiato di un nuovo orgoglio locale, con i consumatori più propensi a scegliere etichette nazionali come gesto economico e simbolico. Il punto decisivo, ora, è capire se il potrà tornare alla configurazione precedente. Molti operatori ritengono di no: lo spazio sugli scaffali, le carte dei vini e le abitudini dei consumatori, una volta riconfigurati, sono difficili da riportare indietro. L'eredità più duratura della disputa potrebbe quindi essere non il protezionismo, ma una maggiore diversificazione del panorama vinicolo canadese.

https://www.unioneitalianavini.it/approfondimenti-tematici/news/-vini-colo-canadese

CONSUMO VINO: MENO QUANTITÀ MA PIÙ VALORE? IL MECCANISMO SI È INCEPPATO

C'è un dato, tra tutti quelli diffusi da Wine Australia nel suo ultimo Market Bulletin, che merita di essere letto due volte: per la prima volta dalla pandemia, anche il valore del consumo mondiale di vino è diminuito, non solo i volumi. Fino al 2024 il settore aveva trovato in questo argomento un certo conforto: si consuma meno, ma si spende di più. Quel meccanismo, nel 2025, ha iniziato a incepparsi.
I numeri elaborati da IWSR e ripresi da Wine Australia parlano chiaro: dal 2020 a oggi il consumo globale di vino è sceso di 3,2 miliardi di litri, pari a un calo medio del 3% annuo. Il valore, che fino allo scorso anno cresceva mediamente dell'1% annuo, ha invertito la rotta proprio nell'ultimo esercizio. Non è una novità assoluta – la contrazione del vitivinicolo è una tendenza ormai consolidata – ma la sua persistenza continua a ridisegnare l'ambiente competitivo in cui si muovono le aziende esportatrici, Italia compresa.
Stati Uniti e Cina, le due velocità del declino
Non tutti i mercati arretrano allo stesso modo, e qui sta forse il dato più utile per chi deve pianificare strategie commerciali. Gli Stati Uniti restano il principale motore della flessione globale: tra il 2020 e il 2025 il consumo americano è sceso di 73 milioni di casse da 9 litri, un volume che da solo basta a spiegare buona parte della contrazione mondiale.
Diverso, ma non meno significativo, il caso della Cina continentale. Il cinese è oggi più piccolo del 58% rispetto al 2020, ed è scivolato dalla nona alla sedicesima posizione tra i mercati mondiali per volume. Un ridimensionamento che cambia gli equilibri geografici della domanda, anche se in termini assoluti il peso della Cina resta inferiore a quello di Francia, Germania o Italia.
Francia, Italia, Regno Unito e Canada hanno anch'essi registrato flessioni, seppure più contenute. A controbilanciare il quadro, tre eccezioni che meritano attenzione: Spagna, Sudafrica e Portogallo sono cresciuti rispettivamente del 2%, 5% e 1% annuo nello stesso periodo, a dimostrazione che la crisi non è un destino scritto per tutti i mercati maturi.
Il vino quotidiano perde più terreno di quello premium
In Australia, Canada, Stati Uniti e Regno Unito il consumo di vino entry level sta calando più velocemente di quello premium (sopra i 10 dollari a bottiglia). Negli Stati Uniti, da soli, il segmento entry level ha perso 65 milioni di casse da 9 litri in cinque anni, quasi 600 milioni di litri. Un dato che pesa in modo particolare su chi è strutturalmente esposto alle fasce di prezzo più basse del mercato americano.
Ma attenzione: anche la premiumisation, il fenomeno che per anni ha sostenuto il valore del settore mentre i volumi calavano, mostra segni di rallentamento. Le pressioni sul costo della vita hanno frenato anche le vendite di vino premium, che in quasi tutti questi mercati registrano un leggero calo – fa eccezione l'Australia, dove il segmento premium si è mantenuto stabile.
La Cina, anche qui, si comporta diversamente: i segmenti entry level e premium calano alla stessa velocità, e più rapidamente che altrove. Secondo le previsioni IWSR, questa traiettoria dovrebbe proseguire nei prossimi cinque anni senza sostanziali inversioni.
Dove guardare per trovare crescita
Non tutto il quadro è negativo, e proprio qui si gioca la partita strategica dei prossimi anni. L'analisi di Wine Australia, condotta sui dati IWSR attraverso lo strumento Market Explorer, individua i tassi di crescita più interessanti per il vino importato nei mercati emergenti e meno tradizionali: Brasile, Messico, Corea del Sud, India ed Emirati Arabi Uniti mostrano le previsioni di crescita più solide in termini di valore del vino importato, pur partendo da basi di ancora contenute rispetto ai giganti tradizionali.
Anche la lettura per tipologia di prodotto restituisce indicazioni precise. Il vino rosso è la categoria che soffre di più: dal picco del 2017 ha perso oltre 400 milioni di casse da 9 litri, con un calo medio del 4% annuo. Bianchi fermi e rosati arretrano in modo più contenuto, intorno al 2% annuo. Le bollicine, invece, vanno in controtendenza: +1% annuo nello stesso periodo, confermandosi l'unica grande categoria in espansione strutturale.
Il vino no/low alcohol cresce, ma resta una nicchia
Capitolo a parte merita la categoria del vino a bassa o nulla gradazione alcolica, ancora marginale in termini assoluti - 28 milioni di casse da 9 litri nel 2025 - ma in crescita costante, con un tasso medio dell'8% annuo nell'ultimo decennio. Quasi la metà di queste vendite riguarda il segmento degli

spumanti a bassa gradazione, che da solo rappresenta circa il 50% del totale della categoria a livello globale.
Regno Unito e Germania si stanno affermando come i mercati di riferimento per questa tipologia di prodotto, mentre gli Stati Uniti - protagonisti di una crescita molto sostenuta a inizio decennio - hanno rallentato negli ultimi anni. Resta un segmento di nicchia, ma con margini di innovazione coerenti con le tendenze di moderazione nel consumo che si stanno affermando in diversi mercati maturi.
Un che si adatta, in fase di assestamento
Il quadro restituito da IWSR e da Wine Australia è quello di un settore in fase di assestamento più che di trasformazione improvvisa: consumi più contenuti, consumatori più selettivi, concorrenza crescente su tutte le fasce di prezzo. Per le aziende vitivinicole, comprendere con precisione dove la domanda si sta ritirando e dove invece si sta spostando diventa un esercizio sempre meno opzionale e sempre più necessario per orientare le scelte commerciali dei prossimi anni.

https://www.winemeridian.com/mercati/consumo-mondiale-vino-2025-dati-iwsr-calo/

ITALIA

"IL RICARICO DEL VINO AL RISTORANTE VA RIPENSATO:
BISOGNA SOMMARE, NON MOLTIPLICARE". LA PROPOSTA DI RICCI CURBASTRO

Qual è il prezzo giusto per una bottiglia di vino al ristorante? In un momento in cui si parla tanto di ricarichi una proposta interessante viene dal produttore e presidente di Equalitas e dell'European Federation of Origin Wines Riccardo Ricci Curbastro. «Sapete come funziona storicamente la costruzione del prezzo di una bottiglia? – ha chiesto durante la presentazione del rapporto annuale di Valoritalia – Si considera una bottiglia, si moltiplica per quattro e si aggiunge l'Iva. In passato, però, l'enotecario poteva anche giocare sull'inesperienza del cliente che, invece, oggi prende il cellulare e in pochi secondi vede il prezzo d'origine. Bisogna, quindi, capire che il sistema del moltiplicare non funziona più. Bisogna passare al sistema della più». Dove "più" sta proprio per somma.
Sommare invece di moltiplicare
Ricci Curbastro rilancia un tema già presente nel dibattito sulla ristorazione, sintetizzandolo in una formula semplice: abbandonare il sistema del "per" e passare a quello del "più", cioè sostituire il tradizionale moltiplicatore con un margine fisso da aggiungere al costo della bottiglia.
Il ragionamento è semplice, come spiega lo lui stesso: «Premesso che ci sono dei costi legati al servizio, al lavaggio, allo stoccaggio, al tempo del sommelier, si potrebbe provare a farli rientrare in una cifra da sommare al prezzo di partenza: se si aggiungono dieci euro, ad esempio, e una bottiglia ne costa 8, allora si arriverà a 18 euro. Si capisce che se, invece, moltiplico per quattro si raggiungerebbero dei prezzi esagerati. Ma – si chiede – come si fa un ragionamento del genere con un ristoratore?».
Una campagna sul territorio
Da qui la seconda proposta: «Se come consorzi saremo in grado di aprire al dialogo con i territori anche in chiave enoturistica (e qua si inserisce la bozza del nuovo decreto che darebbe maggiori poteri agli enti di tutela vitivinicoli), allora potremmo creare delle sinergie con i ristoratori dei singoli territori. Immaginate la campagna strepitosa che ne verrebbe fuori. Sarebbe una svolta culturale. A cambiare sarebbe solo il metodo con cui si propone la stessa bottiglia, magari accontentandosi di guadagnarci qualcosa in meno».
La questione ricarichi secondo Vinarius
Un'idea che potrebbe rientrare in quel patto di filiera che, nei giorni scorsi, il presidente di Vinarius Giuliano Rossi ha chiesto a produttori, ristoratori e distributori per superare il momento di difficoltà e «restituire centralità al vino in un inevitabilmente diverso dal passato». Per anni, secondo Rossi il sistema ha funzionato perché si operava in un in crescita. Oggi, che le cose sono cambiate, inevitabilmente emergono le criticità e diventa necessario pensare ad una evoluzione dei vecchi modelli.

https://www.gamberorosso.it/notizie/vino/tre-bicchieri/ricarichi-vino-ristorante-margine-fisso-proposta-ricci-curbastro/

VENDEMMIA 2026:
DATI CONSUNTIVI A FINE CAMPAGNA

In occasione della campagna vitivinicola 2026, si è deciso di non organizzare la tradizionale conferenza stampa dedicata alle previsioni vendemmiali organizzata da Assoenologi, Ismea e Unione italiana vini (Uiv).
La scelta nasce dalla volontà di fornire informazioni quanto più accurate e rappresentative possibile dell'andamento della stagione. In un contesto caratterizzato da condizioni climatiche sempre più variabili, le stime effettuate prima della conclusione della raccolta possono risultare soggette a significative variazioni.
Per questo motivo, si ritiene più utile presentare i dati consuntivi al termine della campagna vendemmiale, quando sarà possibile offrire un quadro completo e affidabile della produzione, della qualità delle uve e delle principali caratteristiche dell'annata. Per questo le 2 compagini auspicano che – come richiesto agli organi com-

petenti – si possa anticipare a metà del prossimo novembre la dichiarazione per la raccolta delle uve.
L'appuntamento con la stampa sarà quindi programmato dopo la conclusione della vendemmia, per condividere un'analisi approfondita dei risultati della campagna 2026 e delle prospettive del comparto vitivinicolo.

https://www.unioneitalianavini.it/approfondimenti-tematici/news/vendemmia-2026-dati-consuntivi-fine-campagna

VINO, EXPORT IN FRENATA E CANTINE PIENE. MA IL PROSECCO RESTA IN CONTROTENDENZA

Il vino italiano è davanti a uno dei passaggi più delicati degli ultimi anni. Non è una crisi uniforme, né un settore improvvisamente privo di , ma una fase di profonda trasformazione nella quale i numeri obbligano la filiera a interrogarsi sul proprio futuro. Le cantine si ritrovano con scorte elevate, i consumi si stanno riducendo in molti mercati maturi, l'export ha rallentato e i prezzi dello sfuso sono sotto pressione. A livello mondiale, l'Organizzazione internazionale della vigna e del vino (Oiv) stima per il 2025 consumi pari a 208 milioni di ettolitri, il 2,7% in meno rispetto all'anno precedente e il livello più basso dal 1961. Anche l'Italia non è immune: nel 2025 il consumo nazionale è sceso del 9,4%, a 20,2 milioni di ettolitri.
È dentro questo scenario che al Ministero dell'Agricoltura il confronto sulla strategia da adottare si fa sempre più netto. Da una parte c'è Unione Italiana Vini, che considera prioritario intervenire sull'offerta e ridurre il potenziale produttivo per riportare equilibrio sul
Dall'altra Federvini, che non nega le difficoltà ma ritiene rischioso affrontarle principalmente con tagli produttivi: per l'associazione la partita decisiva è quella della domanda, da rilanciare attraverso comunicazione, promozione, innovazione e una capacità nuova di parlare ai consumatori.
I dati raccolti da Uiv fotografano innanzitutto il problema delle giacenze. A maggio 2026 le scorte di vino e mosti hanno superato i 53 milioni di ettolitri, il livello più alto dal 2022 e una quantità equivalente, per ordine di grandezza, a un'intera vendemmia ferma in cantina. Il dato è ancora più significativo perché arriva dopo tre vendemmie caratterizzate da volumi relativamente contenuti. Nello stesso periodo, secondo l'Osservatorio Uiv, le vendite nella grande distribuzione italiana sono diminuite del 2% nei primi cinque mesi del 2026, mentre nel primo trimestre l'export ha perso il 4% dei volumi e l'8,3% del valore.
La pressione sulle cantine si riflette anche sul valore del prodotto. Nel 2025, secondo le elaborazioni Uiv, 6,6 milioni di ettolitri di vini Dop e Igp sono stati declassati, pari al 20% del potenziale rivendicato. Una scelta che consente alle aziende di rendere più facilmente collocabile il vino, ma che ha un effetto evidente sulla valorizzazione: la perdita stimata è di 516 milioni di euro, considerando il passaggio dei prodotti verso categorie inferiori. I prezzi dello sfuso hanno inoltre registrato nei primi cinque mesi dell'anno una flessione del 6% per i Dop, del 7% per gli Igp e del 14,4% per i vini comuni.
È la fotografia di un nel quale, secondo Uiv, la produzione non può più essere considerata indipendentemente dalla capacità di assorbimento della domanda. «Meglio una decisione sbagliata che nessuna decisione», ha affermato il presidente Lamberto Frescobaldi all'assemblea annuale dell'associazione, sostenendo che persino una vendemmia da 44 milioni di ettolitri, nelle condizioni attuali, non sarebbe più sostenibile. La tesi è che l'iperproduzione stia ormai incidendo sul valore e sulla redditività lungo l'intera filiera.
Da qui arriva la ricetta di Uiv: bloccare per due anni le autorizzazioni per nuovi impianti viticoli, intervenire sulle rese anche delle denominazioni Dop e Igp, aumentare trasparenza e controllo dello schedario viticolo ed evitare che eventuali espianti finanziati attraverso l'Ocm sottraggano risorse agli investimenti, all'innovazione e alla promozione. L'obiettivo non è ridimensionare il vino italiano in quanto tale, ma adeguare la capacità produttiva a una domanda mondiale che si è ridotta e che appare oggi molto più selettiva.
Il quadro internazionale, del resto, conferma la profondità del cambiamento. L'Oiv stima che nel 2025 il consumo mondiale sia diminuito del 2,7%, mentre gli scambi internazionali hanno perso il 4,7% in volume e il 6,7% in valore. Negli Stati Uniti, primo mondiale, il consumo è sceso del 4,3%, a 31,9 milioni di ettolitri. L'Oiv lega la frenata a fattori economici, cambiamenti comportamentali, maggiore attenzione al prezzo e minore consumo di alcol soprattutto tra le generazioni più giovani.
Gli Stati Uniti rappresentano un problema particolarmente delicato anche per l'Italia. Nei primi cinque mesi del 2026, secondo Uiv, i vini italiani hanno perso il 7% nel americano. Il dato assume ancora più peso perché gli Usa sono il principale a valore per il vino italiano. E anche qui il Prosecco rappresenta un'eccezione: è l'unica componente positiva indicata dall'analisi Uiv, ma non sufficiente a compensare la debolezza complessiva.
Proprio il Prosecco è forse il caso che meglio spiega perché il problema non possa essere affrontato con una sola chiave di lettura. La denominazione continua infatti a muoversi in una direzione diversa rispetto a molte altre aree produttive. Nel 2024 la Doc Prosecco ha raggiunto circa 660 milioni di bottiglie vendute, con l'82% destinato all'export; il Consorzio segnala inoltre una presenza particolarmente forte in Europa e Nord America.
È una dimostrazione concreta del fatto che all'interno del vigneto italiano convivono mercati, denominazioni e modelli produttivi profondamente diversi. Da una parte ci sono territori alle prese con eccedenze e difficoltà di collocamento, dall'altra realtà che continuano a intercettare la domanda internazionale e che rischierebbero di essere frenate da misure indistinte.
È su questo punto che Federvini costruisce gran parte della propria posizione. Piero Mastroberardino, che ha guidato il confronto della filiera come coordinatore del Tavolo nazionale, ha sostenuto che la priorità non debba essere quella di ridurre l'offerta, ma di lavorare sulla domanda. Secondo questa impostazione, bloccare i nuovi impianti significa intervenire oggi su investimenti che produrrebbero effetti nel medio periodo e rischiare di penalizzare imprese che stanno invece

progettando la propria crescita.
La critica non significa negare l'utilità di una gestione più attenta della produzione. Federvini distingue infatti tra interventi strutturali e misure congiunturali: la gestione delle rese può avere una funzione in determinate situazioni, mentre un blocco generalizzato delle autorizzazioni agli impianti rischierebbe di essere una risposta troppo rigida a un che non si muove allo stesso modo in tutti i territori.
Perché i medici collegano la perdita di udito al declino della memoria
Salute Oggi
La domanda, per Federvini, è dunque il vero terreno sul quale combattere la partita. E non semplicemente attraverso sconti o una maggiore pressione commerciale, ma lavorando sulla percezione del vino italiano. Il settore deve tornare a parlare ai consumatori, soprattutto ai più giovani, con un linguaggio contemporaneo, collegando il prodotto alla cultura, al territorio, alla convivialità e a un consumo responsabile.
Non è un'impostazione soltanto teorica. Nel 2026 il Ministero dell'Agricoltura ha lanciato una campagna istituzionale dedicata al vino, sostenuta anche da Federvini, con l'obiettivo di rafforzarne il posizionamento come espressione culturale, produttiva e identitaria italiana. La strategia prevede una comunicazione rivolta anche ai giovani e una dimensione internazionale, con l'idea di recuperare terreno presso nuovi consumatori e mercati.
La sfida, quindi, non è soltanto vendere più bottiglie. È fare in modo che quelle bottiglie valgano di più nella percezione di chi le compra. È una differenza sostanziale: se il problema viene affrontato esclusivamente dal lato dell'offerta, la soluzione diventa ridurre i volumi; se invece si interviene sulla domanda, l'obiettivo diventa ricostruire valore e trovare nuovi spazi di consumo.
Anche la distillazione di crisi si inserisce in questo confronto. Per Federvini non deve essere considerata un tabù, ma neppure trasformarsi nella risposta automatica alle eccedenze: togliere prodotto dal può alleggerire temporaneamente le cantine, ma non risolve il problema se nel frattempo non si crea nuova domanda. Uiv, al contrario, considera prioritario intervenire prima che l'eccesso di produzione si traduca nuovamente in accumuli e svalutazioni.
La differenza tra le due impostazioni emerge con ancora maggiore chiarezza guardando alle prospettive della Politica agricola comune. Su un punto, però, le posizioni si avvicinano: le risorse europee destinate al vino devono essere preservate e orientate a competitività, innovazione, investimenti e promozione. Il settore, in altre parole, non può permettersi di perdere strumenti finanziari proprio mentre deve affrontare una trasformazione così profonda.
La vera partita, però, resta quella tra bottiglie da vendere e consumatori disposti a comprarle. L'Oiv descrive un mondiale nel quale il consumo è in calo ormai da anni: nel 2025 la contrazione globale è stata del 2,7% e, rispetto al 2018, i volumi sono diminuiti del 14%. Nove dei dieci maggiori mercati mondiali hanno registrato consumi inferiori all'anno precedente. Ma la stessa fotografia internazionale mostra che non tutto è fermo. Il Portogallo, per esempio, nel 2025 ha raggiunto il record storico di consumo, mentre il Giappone ha registrato una crescita del 6,8% e il Brasile addirittura del 41,9%, pur partendo da livelli molto bassi. Sono numeri che raccontano un in trasformazione, non semplicemente un che scompare.
Ed è proprio qui che il confronto italiano diventa decisivo. Se la domanda mondiale si sta spostando, cambiano anche le categorie di prodotto, le occasioni di consumo, i Paesi di destinazione e le modalità con cui il vino viene raccontato. La riduzione dell'alcol, la ricerca di prodotti più accessibili, la frammentazione delle preferenze e la sensibilità crescente verso prezzo e responsabilità stanno modificando il settore molto più profondamente di quanto farebbe pensare il semplice dato delle bottiglie vendute.
Uiv e Federvini partono quindi dalla stessa fotografia ma indicano due strade differenti. Per la prima, il problema più urgente è riportare l'offerta entro dimensioni compatibili con la domanda, evitando che le eccedenze continuino a distruggere valore. Per la seconda, invece, il rischio è quello di intervenire troppo presto sulla produzione senza aver prima provato a ricostruire il , penalizzando anche le imprese e le denominazioni che continuano a crescere.
Il Prosecco, in questo senso, è più di un'eccezione commerciale. È la dimostrazione che nel vino italiano non esiste una crisi uguale per tutti. La denominazione continua a contare su una forte domanda internazionale, con volumi che rimangono imponenti e una quota di export superiore all'80%. La soluzione, dunque, difficilmente potrà essere una semplice scelta tra «produrre meno» e «vendere di più». Il settore dovrà probabilmente fare entrambe le cose, ma in modo selettivo: ridurre dove l'offerta è realmente eccedente, evitare di frenare i territori ancora competitivi, migliorare la programmazione produttiva e contemporaneamente investire molto di più sulla capacità di creare domanda e valore.
Il Tavolo di filiera è chiamato proprio a trovare questo punto di equilibrio. Perché il vino italiano non è davanti soltanto a una crisi di : è davanti a un cambiamento dei consumatori, dei mercati internazionali e del modo stesso in cui il vino viene percepito. La risposta non potrà quindi essere soltanto agricola né soltanto commerciale. Il futuro si giocherà nella capacità di capire dove servono meno bottiglie e dove, invece, servono nuovi consumatori. E soprattutto nella capacità di evitare che, per risolvere il problema delle eccedenze, si finisca per frenare proprio quelle denominazioni che hanno ancora la forza di trainare il vino italiano nel mondo.

https://www.trevisotoday.it/attualita/treviso-crisi-vino-prosecco-controtendenza-28-luglio-2026.html

VALORITALIA ANALISI E PROSPETTIVE PER IL VINO ITALIANO

BENE I VINI BIANCHI, IN LEGGERA CRESCITA GLI SPUMANTI MENTRE I ROSSI PERDONO IL 13%. NELLE CANTINE IL VINO INVENDUTO SALE DEL 15%. IL 2026 INIZIA MALISSIMO
Valoritalia-i numeri della criwsi del vino italiano
Valoritalia-i numeri della criwsi del vino italiano
Di Donatella Cinelli Colombini, winedestination, Casato Prime Donne Mon-

talcino, Fattoria del Colle Trequanda
Come sempre la capacità diagnostica di Giuseppe Liberatore direttore generale di Valoritalia, permette di capire i problemi meglio di tante statistiche e la sua intervista a WineNews è una sintesi esemplare del problema: 2025 difficile soprattutto per gli IGT (-11%).
NEL 2026 BENE SPUMANTI E BIANCHI MALE I ROSSI
Primi 5 mesi 2026 con un – 5% nei volumi di vino italiano da considerare critico ma ancora gestibile. Preoccupa maggiormente il + 15% nelle giacenze. Tutte le tipologie di vino hanno un segno meno: IGT, Doc e DOCG ma evidentemente soffrono di più le denominazioni piccole e meno strutturate. Le difficoltà di non riguardano le bollicine che continuano a crescere (+1,7%), insieme ai banchi (+6,3%), mentre i rossi hanno registrato una contrazione superiore al 13%. I dati di Valoritalia sono particolarmente importanti perché questo ente certificatore controlla il 60% del vino con denominazione prodotto in Italia e pressoché tutte le denominazioni più grandi (219).
LE PRIME 40 CANTINE SUPERANO IL 55% DEL VINO CERTIFICATO MA IL 75% DELLE CANTINE ITALIANE È PICCOLA
Va sottolineato che esiste, seppure in maniera minore di altre nazioni una certa concentrazione produttiva: le prime 15 denominazioni rappresentano l'81% dei volumi certificati. Se guardiamo le imprese: le prime 40 superano il 55% del totale certificato. Tuttavia l'Italia rimane il Paese della frammentazione produttiva con oltre il 75% delle cantine che imbottiglia meno di 500 ettolitri all'anno. Una situazione che certo non agevola il contrasto alla crisi commerciale. Per questo Liantonio Presidente di Valoritalia ha parlato di un doppio binario per uscire dalla crisi ‹‹ rendere più competitiva la filiera con politiche meglio attrezzate›› per rispondere ai ‹‹ 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››. In altre parole il sostegno alle imprese deve mirare a potenziare il loro accesso al mercato e dall'altro lato impedire che i vignaioli paghino il prezzo più alto della crisi.
L'IMPORTANZA DELLA SOSTENIBILITA' PER I CONSUMATORI
Uno degli elementi su cui puntare potrebbe essere la sostenibilità che secondo lo studio Nomisma Wine Monitor "Scenario di e ruolo della sostenibilità per la crescita del vino italiano" presentato da Denis Pantini, ha un valore sempre più importante agli occhi dei consumatori. Contano sia la riduzione degli agrofarmaci che la riduzione degli scarti, la sicurezza sul lavoro, la tutela della natura anche in termini di paesaggio e di biodiversità. Comportamenti virtuosi che hanno bisogno di una certificazione per essere riconosciuti dal mercato come la certificazione Equalitas che poggia su 3 pilastri: l'approccio di filiera, il rigore scientifico e l'affidabilità internazionale. 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.cinellicolombini.it/forum/valoritalia-analisi-e-prospettive-per-il-vino-italiano/

VINO ETICO NELLE LANGHE: ARRIVA IL «BOLLINO» PER I CONTOTERZISTI CHE RISPETTANO I LAVORATORI

Un grappolo d'uva raccolto da una mano. È questo il logo scelto per il nuovo Bollino Etico-Legale destinato alle imprese della filiera vitivinicola delle Langhe e del Roero: una certificazione volontaria che vuole attestare non solo la qualità del prodotto, ma quella del lavoro che sta dietro ogni bottiglia. Il sistema è stato presentato il 22 luglio scorso nella sede della Camera di commercio di Cuneo, alla presenza di decine di enti firmatari, e rappresenta l'evoluzione del Protocollo d'intesa sottoscritto per la prima volta nel 2024 per contrastare lo sfruttamento dei lavoratori agricoli stagionali nel territorio di Alba, Langhe e Roero.
«Se dovessi scegliere uno slogan userei la parola "qualifichiamoci", nel senso: rendiamo il modello Langhe un modello riconosciuto e certificato», ha detto il Prefetto di Cuneo Mariano Savastano aprendo i lavori. Il messaggio è rivolto a tutta la filiera: dalle cantine ai contoterzisti, cioè le imprese che forniscono manodopera per la vendemmia e le altre fasi del ciclo produttivo. Sono proprio loro il cardine del nuovo sistema: chi aderirà volontariamente al percorso di responsabilità etica e conformità giuridica entrerà in un elenco istituito presso la Camera di Commercio e potrà fregiarsi del bollino. Le aziende vitivinicole che si rivolgeranno a questi soggetti certificati riceveranno a loro volta analoga qualificazione.
Il disciplinare – sviluppato con il contributo tecnico di DINTEC scrl – è pensato per rispondere a un problema concreto e ricorrente: intermediazione illecita, lavoro irregolare, condizioni abitative non dignitose e trasporti inadeguati per i braccianti stagionali, molti dei quali immigrati. Un fenomeno che ogni anno si ripresenta nelle campagne del Cuneese prima e durante la vendemmia.

Il presidente della Camera di commercio Luca Crosetto ha inquadrato l'iniziativa in termini netti: «La filiera del vino non è solo economia, è la nostra carta d'identità nel mondo e dietro al suo prestigio c'è il lavoro quotidiano di migliaia di persone. L'economia non può essere disgiunta dall'etica: un grande vino è tale solo se è pulito, trasparente e giusto». Con il sistema di qualificazione, ha aggiunto, si punta a «premiare le aziende trasparenti, tutelare i lavoratori più fragili, sradicare la concorrenza sleale e trasformare la responsabilità sociale in una leva competitiva».
La dimensione del progetto si misura anche dalla platea dei firmatari: oltre alla Prefettura e alla Camera di commercio di Cuneo, hanno sottoscritto il protocollo la Regione Piemonte, la Provincia, decine di comuni tra cui Alba, Bra, Mondovì, Barolo, Barbaresco e molti altri centri delle Langhe e del Roero, le associazioni di categoria agricole (CIA, Coldiretti, Confagricoltura), i consorzi di tutela del Barolo, Barbaresco, Alba Langhe e Dogliani e del Roero, le cooperative e i sindacati. Quest'anno si è aggiunto anche il Consorzio di Tutela del Roero, segnale – secondo Sergio Germano, presidente del Consorzio Barolo e Barbaresco – di «quanto il territorio albese sia coeso e voglia fare sem-

pre più squadra nel difendere la dignità e la qualità del lavoro».
L'auspicio degli organizzatori è che le imprese contoterziste aderiscano al sistema in tempi brevi, così da renderlo operativo già prima dell'inizio della stagione vendemmiale. La documentazione è consultabile sul sito della Camera di commercio all'indirizzo *cn.camcom.it/bollinoetico*.

https://www.cuneo24.it/2026/07/vino-etico-nelle-langhe-arriva-il-bollino-per-i-contoterzisti-che-rispettano-i-lavoratori-351320/

"CANTINA ITALIA", LE GIACENZE DI VINO CRESCONO SUL 2025:
46,5 MILIONI DI ETTOLITRI (+6,7%)

Un fenomeno che sembra non avere, al momento, inversioni di tendenza, tanto che il confronto con il 2025, anno in cui i numeri erano già alti, evidenza come le cantine italiane, a livello generale, stiano aumentando le proprie scorte di vino rispetto a 12 mesi fa. Al 30 giugno 2026, secondo i dati dell'ultimo bollettino di "Cantina Italia", redatto dall'Icqrf sulla base dei registri telematici di cantina, negli stabilimenti enologici italiani sono, infatti, presenti 46,5 milioni di ettolitri di vino, 3,7 milioni di ettolitri di mosti e 55.570 ettolitri di vino nuovo ancora in fermentazione (Vnaif).
Rispetto al 30 giugno 2025, si osserva un valore delle giacenze superiore per i vini (+6,7%), per i mosti (+36,2%) e inferiore per i Vnaif (-13,1%), mentre, rispetto al 31 maggio 2026, il dato delle giacenze è inferiore per i vini (-5,3%), per i mosti (-11,7%) e per i Vnaif (-16,4%).
Il 56,1% del vino è detenuto nelle regioni del Nord, prevalentemente nel Veneto; il 54,8% è a Dop, il 26,1% a Igp (con 20 tra Dop e Igp, su 523, che mettono insieme il 57,9% del totale delle giacenze), i vini varietali costituiscono appena l'1,7% del totale e il 17,4% è rappresentato da altri vini. Il Prosecco Doc vale da solo il 10,2% delle scorte in cantina del vino italiano (3,84 milioni di ettolitri), davanti alle Igp Puglia (1,67 milioni di ettolitri), Toscana (1,6 milioni di ettolitri), al Chianti Docg (1,29 milioni di ettolitri), all'Igp Terre Siciliane (1,2 milioni di ettolitri), alla Doc Sicilia (1,19 milioni di ettolitri), al Montepulciano d'Abruzzo (1,18 milioni di ettolitri), all'Igp Salento (1,15 milioni di ettolitri), alla Doc delle Venezie (1,14 milioni di ettolitri) e all'Igp Veneto (1,1 milioni di ettolitri).
Una fotografia delle giacenze che, nel complesso, restituisce un del vino rallentato, con la vendemmia 2026 che, ormai, è alle porte.

https://winenews.it/it/cantina-italia-le-giacenze-di-vino-crescono-sul-2025-465-milioni-di-ettolitri-67_596563/

I PRODUTTORI DI VINO ITALIANI AFFRONTANO UNA VENDEMMIA PIENA DI SCORTE INVENDUTE

I produttori di vino italiani si avviano alla prossima vendemmia con scorte in aumento, esportazioni più deboli e una domanda più fiacca sia in patria sia all'estero, secondo l'Unione Italiana Vini, che ha avvertito che le cantine detengono volumi pari a circa un'intera annata.
L'associazione di categoria, nota come UIV, ha detto che le scorte di vino e mosto hanno superato i 53 milioni di ettolitri a maggio, in aumento del 7,3% rispetto a un anno prima. I dati sono stati diffusi in concomitanza con il congresso annuale del gruppo a Roma, dove i leader del settore hanno affermato che molti produttori faticano a smaltire il vino prima dell'inizio della nuova vendemmia.
La pressione arriva da più direzioni contemporaneamente. In Italia, il consumo di vino nella grande distribuzione è sceso del 2% su base annua nel periodo da gennaio a maggio 2026, secondo la UIV. A livello internazionale, le esportazioni in valore sono diminuite dell'8,3% nel primo trimestre.
La preoccupazione maggiore resta gli Stati Uniti, il principale dell'Italia fuori dall'Europa. La UIV ha detto che le esportazioni verso gli USA sono calate del 15,4% nei primi quattro mesi del 2026, nonostante un lieve rimbalzo ad aprile. Il gruppo ha collegato il calo ai dazi imposti dal presidente Donald Trump, al dollaro più debole e a quello che ha descritto come un declino strutturale del consumo di vino nel mercato americano.
La UIV ha stimato una perdita di ricavi per i vini italiani di circa 340 milioni di euro tra aprile 2025 e marzo 2026. Ha aggiunto che i vini spumanti, incluso il Prosecco, hanno retto meglio di altre categorie.
"L'idea che gli americani, anche con i dazi, non rinunceranno ai nostri prodotti è bella da raccontare, ma in realtà è sempre più difficile sostenerla", ha detto Paolo Castelletti, segretario generale della UIV, in commenti citati dall'organizzazione.
Con l'aumento delle scorte, i produttori stanno spostando sempre più vino verso categorie di minor valore e più facili da vendere. L'osservatorio della UIV ha detto che le cantine stanno declassando alcuni vini, compreso il passaggio di prodotti dalle classificazioni a indicazione geografica protetta al vino da tavola comune, come modo per limitare le perdite e smaltire le giacenze. Questa strategia può aiutare le vendite nel breve termine, ma rischia anche di ridurre il valore complessivo del settore vinicolo italiano.
I prezzi del vino sfuso riflettono questa pressione. La UIV ha detto che i prezzi medi del vino sfuso sono scesi del 6% nei primi cinque mesi dell'anno. I prezzi dei vini comuni sono diminuiti del 14,4%, attestandosi in media a 54 centesimi di euro al litro. I prezzi dei vini DOC e DOCG di fascia più alta sono scesi del 6%, mentre gli IGP hanno registrato un calo del 7%.

https://www.vinetur.com/it/20260713104185/italian-wine-producers-face-a-full-vintage-in-unsold-stock.html

EQUALITAS RILANCIA DA MONTEPULCIANO "TAVOLO VINO-LAVORO" DOPO CINQUE ANNI

Milano, 11 lug. (askanews) – Equalitas ha aperto il secondo quinquennio del "Tavolo Vino-Lavoro", indicando nella tutela dei lavoratori vulnerabili, nella sicurezza, nel sostegno alle piccole imprese e nel coinvolgimento delle nuove generazioni le priorità per la filiera vitivinicola italiana. La nuova fase è partita il 9 luglio al Chiostro della Fortezza di Montepulciano (Siena), durante la 17esima edizione del festival "Luci sul Lavoro".
Nato nel 2020, il Tavolo ha coinvolto

istituzioni, università, imprese, Consorzi di tutela, sindacati, organismi di certificazione e acquirenti internazionali. Nei primi cinque anni ha affrontato la formazione del personale, il lavoro migrante e stagionale, le politiche giovanili, la sicurezza nei distretti vitivinicoli e l'inserimento degli aspetti sociali nell'organizzazione delle aziende.
"In questi cinque anni abbiamo dimostrato che parlare di sostenibilità significa parlare anche e soprattutto di persone", ha dichiarato il presidente di Equalitas Riccardo Ricci Curbastro. "Il benessere e la sicurezza sul lavoro sono parte integrante della qualità del vino e delle capacità delle imprese di generare valore nel tempo. Vogliamo proseguire questo percorso accompagnando la filiera verso le nuove sfide che attendono il comparto con l'obiettivo di consolidare il metodo costruito in questi anni, fondato su ricerca, dialogo e collaborazione, rafforzando il ruolo dei Consorzi di tutela come motori di diffusione delle buone pratiche in cantina".

Tra i risultati del primo ciclo c'è il progetto pilota avviato nel 2025 insieme con il Consorzio del Vino Nobile di Montepulciano, primo Consorzio italiano certificato Equalitas. Il modello utilizza la struttura della Denominazione per distribuire formazione, strumenti di prevenzione e pratiche condivise tra le aziende associate. Il prossimo passaggio sarà valutarne l'applicazione in altri territori vitivinicoli.
Sul lavoro migrante e stagionale, il problema riguarda soprattutto la catena degli appalti e della fornitura di manodopera. Il ricorso a terzisti e cooperative può rendere meno visibili le condizioni degli addetti impiegati nelle diverse fasi produttive. Per Equalitas, i controlli devono quindi comprendere tutti i soggetti che partecipano alle attività in vigna e in cantina.
La dimensione delle imprese complica l'adozione di sistemi di welfare e rendicontazione. La metà delle aziende del settore conta meno di nove addetti e molte realtà familiari non dispongono di personale dedicato alle risorse umane. Strumenti pensati per organizzazioni più grandi possono risultare troppo costosi o difficili da gestire. Il Tavolo punta per questo su soluzioni territoriali, capaci di condividere competenze e spese tra più aziende.
Resta aperto anche il rapporto tra benessere dei lavoratori e risultati economici. Il rapporto Gallup "State of the Global Workplace 2024", basato su 183mila unità produttive in 90 Paesi, associa un elevato coinvolgimento del personale a una profittabilità superiore del 23% e a un assenteismo inferiore del 78%. Il Tavolo intende approfondire questi effetti nelle piccole imprese vitivinicole, dove organizzazione e risorse seguono dinamiche differenti.

Lo standard Equalitas comprende oltre 50 indicatori sociali e occupazionali, dalle pari opportunità al welfare aziendale fino alla responsabilità lungo la filiera. L'ente di normazione, nato nel 2015 da un'iniziativa di Federdoc con la partecipazione di CSQA Certificazioni, Valoritalia, Gambero Rosso e 3AVino, conta più di 500 Cantine certificate, corrispondenti a oltre il 20% della produzione vinicola nazionale.
Nei prossimi anni il Tavolo dovrà affrontare anche l'evoluzione delle norme europee, la verifica delle condizioni di lavoro lungo le catene di fornitura e il contrasto al social washing. Un altro tema sarà l'impatto della transizione digitale sulle attività in vigna e in cantina, insieme con la difficoltà di trovare personale con competenze digitali, agronomiche e ambientali adeguate alle richieste delle aziende.
L'incontro "Cinque anni di Tavolo Vino-Lavoro. Un bilancio e uno sguardo al futuro" è stato moderato dal giornalista e conduttore televisivo Gianluca Semprini. Sono intervenuti il vicepresidente di Slow Food Federico Varazi, il presidente di Assobenefit Marco Morganti, la vicepresidente del Consorzio del Vino Nobile di Montepulciano Susanna Crociani e il presidente dell'Osservatorio Placido Rizzotto Jean-René Bilongo.
"Grazie alla collaborazione ormai decennale con il festival 'Luci sul Lavoro' è cresciuta la nostra cultura del lavoro, quello giusto, sicuro e produttivo", ha affermato il vicepresidente di Equalitas Michele Manelli, delegato al progetto.

https://qds.it/equalitas-rilancia-da-montepulciano-tavolo-vino-lavoro-dopo-5-anni/

IL VINO PIEMONTESE NON SI VENDE PIÙ COME UNA VOLTA: TROPPE BOTTIGLIE RESTANO IN CANTINA. LA TRASFORMAZIONE IN ACETO DELL'INVENDUTO

Il rallentamento parte dai vigneti: i prezzi delle uve scendono, la redditività si assottiglia e le giacenze aumentano. L'esempio del Nebbiolo destinato al Barolo: il prezzo passa da 4,30 a 2,70 euro al kg, oltre il 35% in meno
Il vino resta il simbolo del Piemonte, ma oggi nelle cantine si accumulano bottiglie che il mercato fatica ad assorbire. Mentre le etichette più prestigiose continuano a rappresentare un'eccellenza riconosciuta nel mondo, la filiera vive una delle stagioni più difficili degli ultimi anni. I numeri raccontano un rallentamento che parte dai vigneti: i prezzi delle uve scendono, la redditività si assottiglia e le giacenze continuano a crescere.
I margini ridotti
L'esempio più evidente è quello del Nebbiolo destinato al Barolo: il prezzo passa da 4,30 a 2,70 euro al chilo, oltre il 35% in meno. La Barbera d'Alba cala da 1,72 a 1,18 euro, mentre il Nebbiolo per altre destinazioni si dimezza, da 2,09 a 1,05 euro. Ciò che non scende è il prezzo alla bottiglia. Per molti conferitori significa perdere tra il 20 e il 30% della marginalità operativa. Resiste il Barolo, ma con margini ridotti: la redditività passa da circa 34 mila a 22 mila euro per ettaro in tre anni, mentre per il Nebbiolo generico il valore della produzione scende sotto i 10 mila euro, a fronte di costi tra 15 e 16 mila.
Le giacenze
Il campanello d'allarme è soprattutto nelle cantine. Le giacenze di Barolo crescono del 15%, passando da 65 a quasi 75 milioni di bottiglie. Il Barbaresco sale da 19 a 21,8 milioni, con un incremento del 14%. Bottiglie ferme che immobilizzano capitale e rischiano di deprimere ulteriormente il .
Il vino piemontese non si vende più come una volta. La crisi finisce nell'aceto
Il finanziamento della Regione
Per alleggerire questa pressione la giunta guidata da Alberto Cirio ha deciso di stanziare 1,6 milioni di euro destinati all'abbattimento delle giacenze, anche attraverso il ricorso alla filiera dell'acetificazione del vino invenduto.

«Viviamo una fase fatta di luci e ombre», ha spiegato il presidente, sottolineando però che «il Piemonte è l'unica Regione italiana che nel primo trimestre 2026 registra un incremento dell'export di vino (+0,5%), mentre il dato nazionale segna -8,2%».
L'opposizione: intervento inefficace
L'opposizione (ma anche la Lega) giudica però insufficiente la risposta. Il M5S parla di «buoni propositi, ma senza un vero piano di intervento». Il Pd denuncia un'emergenza affrontata in ritardo e avverte, con Alberto Avetta, che «il problema delle eccedenze è stato sottovalutato» e ora «rischia di estendersi oltre Astigiano, Langhe e Monferrato, coinvolgendo anche il Torinese». Italia Viva, con Silvia Fregolent e Vittoria Nallo, punta il dito contro «la schizofrenia politica della destra sui dazi di Trump», mentre gli stessi dem evidenziano le tensioni nella maggioranza dopo la richiesta della Lega di un piano straordinario. Tutti concordano su un punto: il vino piemontese continua a essere un'eccellenza, ma senza una strategia strutturale il rischio è che la crisi si trasformi da congiunturale a permanente.

https://torino.corriere.it/notizie/economia/26_luglio_08/il-vino-piemontese-non-si-vende-piu-come-una-volta-la-crisi-finisce-nell-aceto-troppe-bottiglie-restano-in-cantina-113341db-2cc0-48a0-88e0-13100077cxlk_amp.shtml

VINO, SCORTE RECORD IN CANTINA (+7,3%): L'ALLARME DI UIV

Le cantine italiane sono piene come non accadeva da anni. A maggio gli stock di vino e mosti hanno superato i 53 milioni di ettolitri, in aumento del 7,3% rispetto allo stesso mese del 2025. Un volume che, di fatto, equivale a un intero raccolto bloccato in cantina.

Il dato arriva dall'analisi dell'Osservatorio Uiv, la struttura di studio dell'Unione italiana vini (l'associazione che rappresenta una parte rilevante delle imprese del vino in Italia), presentata in occasione dell'assemblea annuale. Il livello delle giacenze è il più alto dal 2022, anno che però scontava una produzione "extra-large" vicina ai 50 milioni di ettolitri.
Giacenze elevate nonostante tre vendemmie "sottotono"
Il dato sulle scorte è ancora più significativo se si considera che le ultime tre vendemmie hanno avuto volumi inferiori alla media. Normalmente, produzioni meno abbondanti dovrebbero contribuire a ridurre le giacenze. In questo caso sta accadendo l'opposto: lo stock continua a crescere.
Per il settore significa avere una quantità di prodotto in magazzino che impegna capitale, spazio e costi di gestione, ma che fatica a trovare sbocco sul . Quando le giacenze sono così alte, aumenta il rischio che i produttori siano costretti a vendere a prezzi più bassi pur di liberare le cantine.
Consumi piatti in Italia e all'estero
L'analisi di Uiv individua una delle cause nella dinamica della domanda: i consumi risultano "appiattiti" sia sul mercato interno che su quello internazionale.
In Italia, il dato della Gdo (la grande distribuzione organizzata, ossia supermercati e ipermercati) tra gennaio e maggio 2026 segna un calo del 2% rispetto allo stesso periodo del 2025. Anche l'export rallenta: nel primo trimestre, le vendite all'estero mostrano una flessione del 4% a volume e dell'8,3% a valore.
Una riduzione dei volumi esportati significa che si vende meno vino fisicamente, mentre una contrazione ancora più marcata del valore indica che il prezzo medio di vendita sta scendendo. In altre parole, non solo si vende meno, ma si incassa anche meno per ogni litro venduto.
Declassamenti in crescita e corsa verso il "vino comune"
In questo contesto, l'Osservatorio Uiv segnala un forte aumento dei declassamenti. Con questo termine si intende la riclassificazione di un vino in una categoria qualitativa inferiore: ad esempio, da Docg (Denominazione di origine controllata e garantita) a Doc (Denominazione di origine controllata), da Doc a Igt (Indicazione geografica tipica) o fino alla categoria di vino comune.
La logica, spiega l'Osservatorio, è quella di spostare le giacenze verso la categoria più facilmente collocabile sul , ovvero il vino comune, generalmente meno costoso e più semplice da vendere in grandi volumi. Si tratta di una strategia di contenimento dei danni, che però ha un effetto collaterale pesante: abbassa l'asticella del valore dell'intero comparto.
Secondo i dati Uiv, il 75% dei declassamenti confluisce proprio nella categoria dei vini comuni, che diventa così il principale "recettore" di questa manovra di sfogo delle scorte.
Prezzi dello sfuso in caduta: il termometro della crisi
Un indicatore chiaro di questa pressione al ribasso è rappresentato dai prezzi del vino sfuso, cioè il vino venduto non imbottigliato, spesso destinato ad altri operatori che si occupano poi dell'imbottigliamento e della distribuzione.
Nei primi cinque mesi dell'anno, i prezzi del vino sfuso hanno registrato cali significativi:
-6% per i Dop (vini a Denominazione di origine protetta, categoria che comprende Doc e Docg);
-7% per gli Igp (Indicazione geografica protetta, equivalente comunitario di Igt);
-14,4% per i vini comuni, che risultano i più penalizzati.
I vini comuni, destinatari principali dei declassamenti, si aggiudicano così la "maglia nera" con un prezzo medio di 54 centesimi al litro. Livelli così bassi comprimono in modo deciso i margini per produttori e cantine, mettendo sotto stress la redditività dell'intera filiera, dalla produzione agricola all'imbottigliamento.
Frescobaldi: "Iperproduzione non più sostenibile"
Di fronte a questo quadro, il presidente di Uiv Lamberto Frescobaldi, esponente di una storica famiglia del vino italiano, ha lanciato un appello a scelte nette sul fronte produttivo.
"Nelle attuali condizioni di anche una vendemmia da 44 milioni di ettolitri non è più sostenibile – ha dichiarato – è il momento di assumersi la responsabilità di scelte coraggiose anche se impopolari, perché l'immobilismo sta già costando al settore molto più di qualsiasi intervento di riequilibrio: l'iperproduzione sta impattando su valore e redditività lungo tutta la filiera. Meglio una decisione sbagliata che nessuna decisione".
Il messaggio è chiaro: con consumi stagnanti, export in calo e cantine piene, continuare a produrre come in passato rischia di aggravare ulteriormente la pressione sui prezzi. Per il

comparto significa dover affrontare rapidamente il tema di un nuovo equilibrio tra produzione, posizionamento qualitativo e sostenibilità economica delle aziende vitivinicole.
Questo scritto è redatto a solo scopo informativo, può essere modificato in qualsiasi momento e NON può essere considerato sollecitazione al pubblico risparmio. Il sito web non garantisce la corr
ettezza e non si assume la responsabilità in merito all'uso delle informazioni ivi riportate.
https://www.soldionline.it/notizie/economia-politica/vino-scorte-record-in-cantina-73-lallarme-di-uiv

IL VENETO DICHIARA L'EMERGENZA IDRICA MENTRE LA SICCITÀ STRINGE LA MORSA SUL TERRITORIO DEL VINO

Il Veneto ha dichiarato l'emergenza idrica regionale mentre una siccità in peggioramento mette sotto pressione una delle regioni vinicole più importanti d'Italia e spinge i produttori a fare maggiore affidamento su sensori, droni e irrigazione basata sui dati.
L'ordinanza di emergenza è stata firmata il 2 luglio dal governatore regionale, Alberto Stefani, dopo il peggioramento delle condizioni idrologiche in tutta la regione e l'aumento delle preoccupazioni per l'intrusione di acqua salata, soprattutto nel distretto del Po. Secondo i dati citati nell'ordinanza, al Veneto mancano 2,4 miliardi di metri cubi d'acqua rispetto al 2025, nonostante le recenti tempeste nel Nord Italia abbiano portato un po' di pioggia senza però colmare il divario.
I dati forniti da Anbi, l'associazione nazionale dei consorzi di bonifica e irrigazione, mostrano che in Veneto le precipitazioni sono state significativamente inferiori alla norma da marzo, con un calo del 21%. Le condizioni sono peggiorate ad aprile e sono rimaste sotto la media a maggio. Al 31 maggio, l'anno idrologico registrava un deficit del 28% rispetto all'anno precedente. Anche le riserve nevose si sono esaurite in anticipo a causa delle alte temperature registrate tra aprile e maggio.
Anche le portate dei fiumi sono ben al di sotto delle medie storiche. Piave, Brenta e Po segnano ciascuno un calo del 23%, mentre l'Adige è in diminuzione del 21%, secondo l'ordinanza regionale. I funzionari stanno inoltre monitorando i livelli del Lago di Garda. Mentre il governatore ha esortato sindaci e imprese a usare l'acqua con maggiore parsimonia ed evitare sprechi, gli agricoltori di tutto il Nord Italia si stanno preparando a forniture più ristrette a luglio e agosto. In Veneto, questa pressione ricade pesantemente sulla viticoltura, pilastro dell'economia regionale e importante fonte di produzione di vini spumanti, incluso il Prosecco delle colline UNESCO attorno a Conegliano e Valdobbiadene.
Per i produttori di vino, la siccità sta diventando più di un problema ambientale. Sta iniziando a incidere sui costi in vigneto, sulle scelte irrigue e potenzialmente sulla qualità delle uve in una regione che conta per il più ampio settore delle bevande in Italia. Il monitoraggio in tempo reale e l'irrigazione di precisione possono aiutare a limitare le perdite, ma richiedono anche nuovi investimenti in un momento in cui lo stress climatico sta cambiando pratiche agricole consolidate da tempo.

Fino a poco tempo fa, l'irrigazione in molti vigneti della zona era generalmente consentita solo come misura di emergenza. Ora, con temperature più alte e periodi di siccità più frequenti, sempre più produttori chiedono che tali restrizioni vengano riconsiderate durante le carenze più gravi.
In tutta Italia, circa 225.000 ettari di vigneti sono irrigati, secondo Istat. Di questi, il 21,5% utilizza microirrigazione o sistemi a goccia, contro il 38% che impiega irrigazione a pioggia e il 40,5% che usa metodi a scorrimento superficiale, infiltrazione laterale o sommersione. In Veneto, i produttori si stanno orientando sempre più verso tecniche che consumano meno acqua e la distribuiscono in modo più preciso.
Questo cambiamento è sostenuto da strumenti digitali che si stanno diffondendo tra i filari. Le stazioni meteorologiche rilevano temperatura, umidità, pioggia e vento. I sensori del suolo misurano l'umidità fino a circa 70 centimetri di profondità. Dispositivi elettronici applicati alle foglie e altri strumenti di campo trasmettono informazioni a piattaforme che combinano in tempo reale dati agronomici e climatici. L'obiettivo è fornire ai produttori mappe dettagliate delle condizioni del vigneto, così da decidere dove e quando intervenire.

I droni sono diventati una delle componenti più visibili di questo sistema. Sorvolando i vigneti con telecamere termiche, possono individuare le aree in cui le viti sono sotto stress idrico, spesso prima che i sintomi siano visibili a occhio nudo. Anche le immagini satellitari vengono utilizzate per supportare le decisioni in campo e persino per aiutare a definire il momento migliore per la vendemmia.
Leonardo Moretti Polegato, produttore a Crocetta del Montello, in provincia di Treviso, ha detto a la Repubblica di aver iniziato ad adottare questi strumenti un paio di anni fa, quando gli effetti del clima sono diventati più difficili da ignorare. Ha spiegato che i produttori hanno capito di dover affiancare la conoscenza tradizionale a strumenti digitali e all'intelligenza artificiale in grado di interpretare grandi quantità di informazioni. Questo approccio, ha detto, consente interventi solo dove servono, al momento giusto e con l'intensità adeguata, contribuendo a migliorare la qualità delle uve e a ridurre l'impatto ambientale.
I ricercatori affermano che questo tipo di adattamento è destinato a diventare più comune ben oltre il Veneto. Luigi Tarricone, ricercatore del Crea specializzato in viticoltura, gestione dell'acqua e strategie agronomiche legate alle pressioni climatiche sulla produzione vinicola, ha sostenuto che l'irrigazione diventerà sempre più importante nei futuri impianti viticoli dall'Abruzzo al Veneto. Se le attuali tendenze climatiche continueranno, ha detto, le aree in cui l'irrigazione era un tempo poco comune potrebbero non avere altra scelta che adottarla.
I cambiamenti segnano una netta svolta per una regione in cui la scarsità d'acqua fino a non molto tempo fa era considerata una questione marginale. Ora la siccità sta riscrivendo le regole della gestione del vigneto in uno dei paesaggi vinicoli più noti d'Europa, costringendo i produttori a bilanciare

il risparmio idrico con la necessità di proteggere rese e qualità delle uve durante un'altra estate calda.

https://www.vinetur.com/it/20260706103808/veneto-declares-a-water-emergency-as-drought-tightens-its-grip-on-wine-country.html

(SICILIA) VENDEMMIA VERDE, SETTE MILIONI DI EURO PER OLTRE MILLE PRODUTTORI VITIVINICOLI

Approvato l'elenco dei produttori siciliani di vino che riceveranno i contributi economici relativi alla misura "Vendemmia verde" 2026 del Piano nazionale strategico. L'Agea, l'agenzia per le erogazioni in agricoltura, finanzierà le 1.188 domande ammesse con circa sette milioni di euro.
Si tratta di un'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.
Il bando concede ai produttori un pagamento forfettario per ettaro. I viticoltori ammessi a contributo sono tenuti a effettuare le operazioni di distruzione dei grappoli entro il 14 giugno 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 a questo link.

https://www.agrigentonotizie.it/economia/regione-vendemmia-verde-sette-milioni-produttori-vitivinicoli.html

ISTITUZIONI

VIA LIBERA DALLA UE A 285 MILIONI DI AIUTI DELL'ITALIA AD IMPRESE AGRICOLE E DELLA PESCA

La Commissione approva 285 milioni di euro di aiuti di Stato italiani per le imprese agricole, della pesca e dell'acquacoltura. La Commissione europea ha approvato un regime di aiuti di Stato italiani da 285 milioni di euro a sostegno delle imprese agricole, della pesca e dell'acquacoltura colpite dall'aumento dei prezzi di carburanti e fertilizzanti dovuto alla crisi in Medio Oriente.

Il regime è stato approvato nell'ambito del Quadro temporaneo di aiuti di Stato per la crisi in Medio Oriente (METSAF), adottato dalla Commissione il 29 aprile 2026.
Il regime, che sarà in vigore fino al 31 dicembre 2026, mira a mitigare l'impatto dell'aumento dei prezzi di carburanti e fertilizzanti per l'agricoltura, nonché per la pesca e l'acquacoltura. Gli aiuti saranno erogati sotto forma di sovvenzioni dirette e agevolazioni fiscali. Per il settore agricolo, l'importo sarà determinato sulla base di stime del consumo di carburanti e fertilizzanti. Per i settori della pesca e dell'acquacoltura, sarà determinato sulla base di stime del consumo di carburante.

https://www.ansa.it/canale_terraegusto/notizie/mondo_agricolo/2026/08/31/via-libera-ue-a-285-milioni-di-aiuti-dellitalia-ad-imprese-agricole-e-della-pesca_bf3b3fob-c6df-4ead-9006-da7a945ee4ad.html

SICCITÀ E CALDO RECORD: REGIONE (UMBRIA) AUTORIZZA ARRICCHIMENTO DEI VINI PER LA VENDEMMIA 2026

Il grande caldo e la siccità che hanno caratterizzato la primavera e l'estate in Umbria stanno provocando danni importanti all'agricoltura, compreso il settore vinicolo. E così la Regione ha autorizzato, con una determina dirigenziale approvata nei giorni scorsi, il cosiddetto arricchimento, cioè la possibilità per i produttori di aumentare la gradazione alcolica naturale del mosto o del vino.

Quadro critico Il provvedimento risponde alle sollecitazioni arrivate da alcuni Consorzi, prendendo atto di un quadro meteorologico critico. Secondo le rilevazioni, tra maggio e luglio le rilevazioni hanno evidenziato uno scostamento termico costante e marcati deficit idrici: a maggio le temperature sono salite di un grado sopra la media storica con precipitazioni inferiori del 12 per cento, mentre a giugno la media termica è schizzata a più 3,8 gradi accompagnata da un crollo delle piogge del 39 per cento. Questo prolungato stress termico e idrico ha bloccato la fisiologia delle piante, impedendo il regolare accumulo di zuccheri negli acini sia per le varietà a bacca bianca sia per quelle a bacca rossa.
METEO, PREVISIONI: IN UMBRIA ALTRA SETTIMANA DI GRANDE CALDO
L'autorizzazione Per compensare questo deficit vegetativo, Palazzo Donini autorizza un incremento del titolo alcolometrico volumico naturale fino a un valore massimo dell'1,5 per cento; la misura sfrutta il margine consentito dalla normativa europea e nazionale per le zone viticole inserite nella fascia in cui ricade l'Umbria. L'autorizzazione riguarda una vasta gamma di prodotti della vendemmia raccolti nel territorio regionale: uve fresche, mosti, mosti parzialmente fermentati, vini nuovi in fermentazione, vini finiti e partite destinate alla produzione di spumanti.
Le zone La correzione in cantina sarà applicabile all'intera piramide qualitativa umbra: si va dalle Indicazioni geografiche protette come Umbria, Allerona, Bettona, Cannara, Narni e Spello, fino a tutte le Denominazioni di origine protetta del territorio, inclusi nomi di punta quali Montefalco Sagrantino, Orvieto, Torgiano, Colli del Trasimeno, Assisi e Spoleto. L'esecuzione dei trattamenti resta sottoposta a precisi obblighi di registrazione da parte delle cantine e alle verifiche dell'Ispettorato centrale della tutela della qualità e della repressione frodi di Perugia, a cui il provvedimento è stato inviato per le attività di controllo.
Le previsioni Sul fronte dei volumi complessivi, le stime delle ultime settimane sulla vendemmia 2026 parlano

di un'annata caratterizzata da un calo quantitativo ma con buone prospettive sotto il profilo organolettico. Stando alle proiezioni elaborate dalle organizzazioni di categoria e dai principali produttori regionali la contrazione della produzione dovrebbe aggirarsi tra il 5 e il 10 per cento rispetto alle medie storiche; le elevate temperature hanno infatti ridotto la dimensione dei frutti, aumentando però la concentrazione degli estratti e azzerando la presenza di malattie fungine.

Le stime Un riscontro diretto è arrivato dalle rilevazioni effettuate nel comprensorio di Montefalco, dove la campagna si è aperta con un anticipo di circa dieci giorni sulla tabella di marcia; oltre al calo del 10 per cento della quantità di uva sui filari, si registra una sensibile diminuzione della resa di trasformazione, scesa a circa 60 litri di vino ogni 100 chilogrammi di uva rispetto ai 70 litri ordinari. E a proposito di rese già a fine luglio, con un altro atto, Palazzo Donini aveva autorizzato una riduzione temporanea delle rese massime di uva e vino per ettaro per l'Orvietano. Sempre a causa delle conseguenze di caldo e siccità, nelle scorse ore la Regione è intervenuta anche sul gasolio agricolo, garantendo fino all'80 per cento in più di carburante con accisa agevolata.

https://www.umbria24.it/economia/siccita-e-caldo-record-regione-autorizza-arricchimento-dei-vini-per-la-vendemmia-2026/

INVESTIMENTI PER LA SOSTENIBILITÀ DEI VIGNETI: DOMANDE ENTRO IL 30 NOVEMBRE 2026

A decorrere dalla campagna vitivinicola 2026/2027 sarà operativo il nuovo intervento "Investimenti per la sostenibilità dei vigneti", previsto nell'ambito del Piano Strategico della PAC 2023-2027.
La misura è finalizzata a sostenere investimenti materiali e immateriali che contribuiscano alla mitigazione e all'adattamento ai cambiamenti climatici, al miglioramento della sostenibilità dei sistemi produttivi e alla riduzione dell'impatto ambientale del settore vitivinicolo.
Per la prima annualità, il termine nazionale per la presentazione delle domande è fissato al 30 novembre 2026.
Le modalità operative saranno definite da AGEA, d'intesa con le Regioni, e il sistema informatico dovrà essere aperto almeno 60 giorni prima della scadenza.
Chi può accedere al sostegno
Il decreto individua come potenziali beneficiari:

- imprenditori agricoli singoli e associati;
- cooperative agricole che conducono propri vigneti;
- società di persone e di capitali che esercitano attività agricola;
- scuole pubbliche di vitivinicoltura che svolgono anche attività di viticoltura.

I soggetti richiedenti devono condurre vigneti con varietà di uve da vino ed essere in regola con gli obblighi relativi alle dichiarazioni vitivinicole e con la normativa in materia di potenziale viticolo.
Il sostegno non può essere concesso alle imprese considerate in difficoltà secondo la disciplina europea applicabile.
Quali investimenti possono essere finanziati
La misura riguarda immobilizzazioni materiali e immateriali destinate ad accrescere la sostenibilità della produzione vinicola.
Tra gli investimenti citati dal decreto, a titolo esemplificativo, rientrano l'acquisto di:

- sensori;
- droni;
- atomizzatori.

L'elenco completo degli investimenti ammissibili e la superficie vitata minima necessaria per accedere al sostegno saranno definiti con una successiva circolare AGEA. Le Regioni potranno inoltre individuare, all'interno dell'elenco nazionale, gli interventi finanziabili nei rispettivi territori.
Contributo fino all'80% dei costi ammissibili
Il sostegno può raggiungere un massimo dell'80% dei costi ammissibili per gli investimenti collegati agli obiettivi climatici e ambientali previsti dalla misura.
Le Regioni potranno stabilire una percentuale massima inferiore e definire:

- soglie minime e massime di investimento;
- risorse disponibili;
- durata dei progetti;
- eventuali criteri di priorità;
- ulteriori condizioni di accesso.

Il contributo sarà riconosciuto nei limiti delle risorse disponibili e in seguito alla verifica della corretta realizzazione del progetto.
Quali elementi dovrà contenere la domanda
La domanda dovrà comprendere la descrizione dell'investimento, le singole operazioni previste, i relativi costi e i tempi di realizzazione.
Sarà inoltre necessario dimostrare:

- la congruità dei costi rispetto ai normali prezzi di mercato;
- l'assenza della condizione di impresa in difficoltà;
- il beneficio ambientale atteso dall'investimento;
- la coerenza del progetto con la realtà produttiva aziendale.

In particolare, la relazione tecnica dovrà evidenziare gli elementi vantaggiosi dal punto di vista ambientale ed energetico e documentare preventivamente i risultati ottenibili.

Attenzione alla data di avvio delle spese
Le operazioni e le spese possono essere considerate ammissibili soltanto se avviate dopo la presentazione della domanda di aiuto.
Non sono finanziabili, tra le altre:

- macchine e attrezzature usate;
- noleggi di attrezzature;
- costi finanziari e interessi;
- spese amministrative e di personale;
- investimenti di mera sostituzione che non determinino un miglioramento.

Gli investimenti finanziati dovranno inoltre restare nella proprietà e nel possesso del beneficiario per almeno cinque anni dalla presentazione della domanda di pagamento del saldo finale.
Il supporto di Unione Italiana Vini
L'Unità Operativa Promozione e Finanziamenti di Unione Italiana Vini raccoglie le manifestazioni di interesse delle aziende che stanno programmando investimenti potenzialmente riconducibili alla nuova misura.
Il supporto può comprendere:

- verifica preliminare dei requisiti dell'impresa;
- prima analisi della coerenza

dell'investimento;
- verifica della documentazione tecnica disponibile;
- assistenza nella predisposizione della domanda;
- supporto nelle successive fasi di attuazione e rendicontazione.

Richiedi una verifica preliminare
Le aziende interessate possono trasmettere la propria manifestazione di interesse entro il 30 agosto 2026, compilando il seguente form:

https://www.unioneitalianavini.it/approfondimenti-tematici/news/investimenti-per-la-sostenibilita-dei-vigneti-domande-entro-il-30-novembre-2026

R. SICILIANA: 90MILA EURO PER SEGNALETICA STRADA VINO SAPORI ETNA

Un investimento strategico per rafforzare l'identità dell'Etna come destinazione enoturistica di eccellenza, migliorare l'accoglienza dei visitatori e valorizzare il patrimonio produttivo, culturale e paesaggistico del territorio. La Strada del Vino e dei Sapori dell'Etna ha ottenuto dall'assessorato regionale siciliano dell'Agricoltura, dello Sviluppo rurale e della Pesca mediterranea un finanziamento di 90mila euro per la realizzazione del progetto 'Destinazione Etna'.

Il progetto, presentato dall'associazione e ritenuto di rilevanza regionale e dal forte carattere innovativo, prevede la realizzazione di una rete di 150 cartelli turistici distribuiti lungo l'itinerario della Strada del Vino e dei Sapori dell'Etna, integrati con una piattaforma digitale e un'app multimediale accessibile tramite QR Code. L'obiettivo è offrire ai visitatori informazioni immediate sui luoghi di interesse, sulle aziende, sui prodotti tipici e sugli itinerari del territorio, creando un collegamento tra esperienza sul campo e contenuti digitali.
"Il progetto 'Destinazione Etna' sarà un vero e proprio fiore all'occhiello della provincia di Catania e della Sicilia intera – dichiara l'assessore regionale dell'Agricoltura, dello Sviluppo rurale e della Pesca mediterranea, Luca Sammartino – Puntiamo tutto sulla forza della nostra identità e sul nostro straordinario potenziale culturale e paesaggistico, fornendo servizi efficienti ai turisti che sceglieranno il nostro territorio per un'esperienza enogastronomica di qualità".

L'intervento interesserà 31 Comuni dell'area etnea, con un percorso che partirà da Riposto, attraverserà i versanti nord e sud del vulcano e l'area ionico-etnea, per poi fare ritorno al punto di partenza, trasformando l'intero comprensorio in un grande itinerario dedicato all'enogastronomia, alla cultura e alle eccellenze del territorio.

https://askanews.it/2026/07/28/r-siciliana-90mila-euro-per-segnaletica-strada-vino-sapori-etna/

DA REGIONE PUGLIA 90MILA EURO A CONSORZI DOP E IGP PER PROMOZIONE E VALORIZZAZIONE

La Regione Puglia prosegue il percorso di sostegno alle produzioni agroalimentari di qualità e ai soggetti che ogni giorno ne tutelano identità, valore e competitività.
È stato pubblicato l'Avviso pubblico destinato ai Consorzi di tutela pugliesi delle produzioni DOP e IGP, con l'obiettivo di finanziare interventi dedicati alla diffusione della conoscenza, alla promozione, alla valorizzazione e alla tutela delle eccellenze agroalimentari regionali.

L'iniziativa rientra nel "Programma di promozione dei prodotti agroalimentari pugliesi di qualità ed educazione alimentare – Triennio 2024-2026" e rappresenta un ulteriore passo della strategia regionale per rafforzare il sistema delle produzioni certificate, sostenendo il ruolo dei Consorzi come strumenti di aggregazione delle imprese agricole, di tutela delle produzioni e di promozione dei territori.
Paolicelli: "I Consorzi sono fondamentali per la competitività"
"I Consorzi di tutela rappresentano uno degli strumenti più efficaci per rafforzare la competitività delle nostre produzioni di qualità e accompagnare le imprese agricole sui mercati – ricorda l'assessore regionale all'Agricoltura e allo Sviluppo rurale, Francesco Paolicelli -. In Puglia disponiamo di un patrimonio straordinario, con 22 Consorzi attivi nei comparti agroalimentare e vitivinicolo che custodiscono denominazioni di eccellenza, identità territoriali e competenze costruite nel tempo. È un sistema che ha già dimostrato il proprio valore, ma che ha ancora enormi potenzialità da esprimere, per essere al pari delle grandi realtà italiane."
"Con questo Avviso vogliamo garantire continuità alle attività di promozione, valorizzazione e tutela svolte dai Consorzi, sostenendo il loro ruolo di aggregatori delle imprese e di protagonisti dello sviluppo delle filiere certificate. Investire nei Consorzi significa investire nella capacità delle aziende pugliesi di fare rete, costruire strategie comuni, rafforzare il posizionamento delle nostre DOP e IGP e raccontare al mondo il valore della qualità pugliese."

"La sfida dei prossimi anni è far crescere ulteriormente il sistema delle indicazioni geografiche pugliesi, aumentando la capacità di fare promozione, innovazione e internazionalizzazione. La Puglia possiede tutte le caratteristiche per diventare un punto di riferimento nazionale ed europeo nel settore delle produzioni certificate: la qualità delle nostre produzioni è indiscutibile, ora dobbiamo valorizzarla sempre di più attraverso un sistema dei Consorzi forte, moderno e capace di lavorare in rete", conclude Francesco Paolicelli.
L'Avviso si inserisce anche nel percorso avviato con l'attuazione della Legge regionale n. 9 del 19 febbraio 2024, che ha istituito il Tavolo permanente del partenariato territoriale delle comunità dell'agroalimentare, della cultura del cibo e del suo territorio, coordinato da Gerardo Centoducati.
Stanziati 90mila euro per i progetti dei Consorzi
La dotazione finanziaria complessiva dell'Avviso ammonta a 90.000 euro, di cui 50.000 euro riferiti all'annualità 2026 e 40.000 euro derivanti dalle risorse residue dell'annualità 2025.
Le risorse saranno ripartite tra i progetti ammessi a finanziamento, garantendo continuità operativa e gestionale ai Consorzi di tutela dei vini e dei prodotti agroalimentari DOP e IGP con sede legale in Puglia.

I progetti potranno essere presentati attraverso la piattaforma dedicata entro le ore 23.59 del 28 agosto 2026.

https://www.foodaffairs.it/2026/07/18/da-regione-puglia-90mila-euro-ai-consorzi-dop-e-igp-per-promozione-e-valorizzazione/

LA COMMISSIONE EUROPEA APPROVA REGOLE PIÙ SEMPLICI PER I FONDI UE ALLA PROMOZIONE ALIMENTARE

La Commissione europea ha approvato regole più semplici per la politica di promozione agroalimentare dell'Unione europea, allentando i requisiti amministrativi e finanziari per le organizzazioni che chiedono il sostegno dell'UE per commercializzare prodotti alimentari e agricoli in patria e all'estero.
Le modifiche, annunciate dalla Direzione generale Agricoltura e sviluppo rurale della Commissione, mirano a rendere più facile l'attuazione dei programmi di promozione per i beneficiari e per le autorità nazionali negli Stati membri. La Commissione ha affermato che la revisione si basa su 10 anni di esperienza nella gestione di questi programmi e segue consultazioni con le parti interessate e gli Stati membri.
Tra i principali cambiamenti, il termine per concludere i contratti raddoppierà a 180 giorni da 90 giorni. La Commissione ha affermato che il periodo più lungo dovrebbe dare a Stati membri e beneficiari più tempo per completare le procedure legate ai programmi approvati. Anche il tasso massimo di prefinanziamento salirà al 30%, una misura pensata per fornire più fondi in anticipo, soprattutto ai beneficiari più piccoli. Inoltre, gli obblighi di rendicontazione sull'impatto dei cosiddetti programmi semplici saranno ridotti a una sola notifica finale alla Commissione.
La decisione è rilevante per i produttori di bevande perché i gruppi del vino, i consorzi regionali e altre organizzazioni del settore che fanno affidamento sui fondi UE per la promozione potrebbero affrontare costi amministrativi inferiori e un migliore flusso di cassa quando lanciano campagne. Ciò potrebbe rendere più facile per le cantine più piccole e gli organismi di categoria chiedere sostegno, in particolare nei mercati di esportazione dove la spesa iniziale per promozione, eventi e distribuzione è spesso significativa. Qualsiasi effetto dipenderà da quanto ampiamente verranno utilizzate le regole riviste e dalle future decisioni di bilancio.
Il regolamento entrerà in vigore il settimo giorno successivo alla sua pubblicazione nella Gazzetta ufficiale dell'Unione europea e le nuove norme si applicheranno da quella data. La Commissione ha affermato che non si applicheranno ai contratti per programmi semplici conclusi prima del 1° dicembre 2026, per evitare di perturbare la prassi attuale.
Il bilancio per il programma di promozione agroalimentare 2027 non è ancora stato definito. La Commissione ha affermato che i finanziamenti potrebbero ancora cambiare nell'ambito della revisione del quadro finanziario pluriennale 2021-2027 dell'UE. Il bilancio finale per il programma di lavoro annuale 2027 dovrebbe essere confermato nell'ottobre 2026.
La Commissione ha affermato che risorse finanziarie adeguate restano essenziali se i programmi di promozione devono continuare a sostenere nel lungo periodo il settore agroalimentare del blocco. La politica cofinanzia campagne che promuovono i prodotti agroalimentari dell'UE ed è concepita per premiare agricoltori e imprese alimentari che rispettano gli standard UE in materia di qualità, sicurezza e pratiche ambientali mentre competono sui mercati globali.
Dal 2016, la Commissione afferma di aver cofinanziato più di 650 campagne sotto lo slogan "Enjoy, it's from Europe", volte a rafforzare la reputazione dei prodotti agroalimentari dell'UE sia all'interno del blocco sia a livello internazionale. Secondo la Commissione, la politica ha anche sostenuto l'attuazione degli accordi di libero scambio, compresi quelli con Giappone, Corea del Sud e Canada, e ha contribuito a un saldo commerciale agroalimentare dell'UE più forte nell'ultimo decennio.
La Commissione sostiene inoltre che la promozione può migliorare la resilienza del settore aiutando gli esportatori a diversificare i mercati. Il punto è particolarmente rilevante per il vino e altre categorie di bevande esposte ai cambiamenti di dazi, domanda dei consumatori e tensioni geopolitiche nei principali Paesi importatori.
Secondo le norme UE, i programmi semplici coinvolgono una o più organizzazioni dello stesso Stato membro e sono gestiti dalle autorità nazionali. Riducendo la burocrazia e aumentando i finanziamenti anticipati, Bruxelles sta cercando di rendere questi programmi più accessibili in un momento in cui molti gruppi di produttori sono sotto pressione per giustificare la spesa ed espandere le vendite in mercati esteri competitivi.

https://www.vinetur.com/it/20260715104326/european-commission-approves-simpler-rules-for-eu-food-promotion-funds.html

L'ITALIA RATIFICA L'ATTO DI GINEVRA PER AMPLIARE LA TUTELA DELLE SUE INDICAZIONI GEOGRAFICHE

L'Italia ha depositato presso l'Organizzazione Mondiale della Proprietà Intellettuale la ratifica dell'Atto di Ginevra dell'Accordo di Lisbona, una mossa che, secondo il governo, rafforzerà la protezione internazionale delle indicazioni geografiche del Paese, compresi molti prodotti legati al vino e ad altre bevande.
Il documento è stato consegnato da Patrizio La Pietra, sottosegretario al Ministero dell'Agricoltura, della Sovranità alimentare e delle Foreste, al direttore generale della WIPO Darren Tang. Il passo inserisce l'Italia nel sistema di Lisbona aggiornato creato dall'Atto di Ginevra, una revisione del 2015 del trattato internazionale concepita per rafforzare la tutela giuridica delle indicazioni geografiche e delle denominazioni di origine.
Secondo il ministero, la ratifica estende automaticamente la protezione a 166 indicazioni geografiche italiane già registrate. Questa copertura più ampia dovrebbe offrire ai produttori strumenti giuridici più forti contro imitazione, contraffazione e uso improprio di nomi protetti nei mercati esteri.
L'Italia fu tra i membri fondatori

dell'Accordo di Lisbona originario nel 1958 e svolse un ruolo centrale nei negoziati che portarono alla conferenza diplomatica del 2015 in cui fu adottato l'Atto di Ginevra. Con la ratifica italiana, il numero delle parti contraenti dell'Atto di Ginevra sale a 73.
La Pietra ha definito le indicazioni geografiche una priorità strategica per l'Italia. In una dichiarazione riportata da Terra e Vita, ha affermato che proteggere una IG significa difendere l'integrità dei produttori, la sicurezza dei consumatori, le economie rurali e l'identità culturale. Ha detto che la ratifica conferma la visione dell'Italia secondo cui tradizione e innovazione possono avanzare insieme, aiutando al tempo stesso le comunità locali a collegarsi ai mercati internazionali.
Per le industrie italiane del food & beverage, la misura potrebbe avere un peso pratico oltre il simbolismo giuridico. Il Paese dispone di uno dei più ampi portafogli al mondo di prodotti DOP e IGP protetti, e questo include vini il cui valore commerciale dipende in larga misura dal riconoscimento del nome e dalle rivendicazioni di origine. Un quadro multilaterale più ampio può migliorare l'applicazione delle norme contro i riferimenti falsi o fuorvianti alle denominazioni italiane all'estero, comprese le forme di marketing "Italian sounding" che possono sottrarre vendite ai produttori autentici.
Il ministero ha affermato che il nuovo quadro offre diversi vantaggi operativi per l'agricoltura e la produzione alimentare italiane: una governance internazionale più forte, una copertura geografica più ampia per la protezione, strumenti più efficaci contro la contraffazione e un sistema unico di registrazione e tutela per le indicazioni geografiche. I funzionari vedono inoltre potenziali benefici nei rapporti con i Paesi terzi man mano che altri membri della WIPO aderiscono al sistema.
Questo è particolarmente rilevante nei mercati di esportazione dove i nomi protetti spesso affrontano trattamenti disomogenei o controversie lunghe. Per i produttori di bevande, in particolare nel vino, un riconoscimento più forte nell'ambito di un sistema di registrazione internazionale potrebbe aiutare a sostenere le rivendicazioni sull'uso delle denominazioni nelle giurisdizioni in cui l'applicazione locale è stata difficile o frammentata.
La ratifica si inserisce in una più ampia politica italiana volta a difendere e promuovere all'estero i prodotti nazionali certificati. Il governo sostiene che tutele internazionali più solide siano essenziali non solo per preservare la reputazione, ma anche per offrire ai consumatori garanzie più chiare di autenticità in un mercato globale sempre più esposto a imitazioni e usi impropri dei nomi legati all'origine.

https://www.vinetur.com/it/20260714104240/italy-ratifies-geneva-act-to-expand-protection-for-its-geographical-indications.html

CRISI DEL VINO, UN MILIONE 700MILA EURO DALLA REGIONE (PIEMONTE)

Non lasciare soli gli agricoltori, aiutare un settore che tra guerre, dazi e cambi nelle abitudini di consumo sta attraversando mille difficoltà. Dopo l'allarme dei viticoltori e le richieste arrivate dall'opposizione e dalla stessa maggioranza, la crisi arriva a Palazzo Lascaris: eccedenze da smaltire, vendemmia alle porte. A farsene carico lo stesso presidente della Regione, Alberto Cirio, che sul tavolo mette milioni di euro da investire.
"Le risorse in campo oggi si aggirano intorno ai cento milioni", le sue parole. "Ce ne sono per esempio diciotto - ha proseguito - per la promozione del nostro vino nel mondo. Poi abbiamo aggiunto in questo assestamento un milione e settecentomila euro di risorse regionali che ci permetteranno le misure straordinarie per far fronte ai momenti di crisi che stiamo vivendo".
Misure straordinarie che significano declassamento delle attuali eccedenze, da trasformare in aceto o alcool. Una decisione che non piace a nessuno, ma che è ora necessaria.
"Oggi - ha affermato Marco Protopapa per la Lega - dobbiamo vederlo come estrema necessità ma non come regola. La regola deve essere rivedere quanto l'agricoltura piemontese non può più permettersi".
Tempo di scelte quindi, cui richiama anche il Partito Democratico, che aveva chiesto l'intervento della Giunta in Commissione: "Bisogna dare delle priorità - ha detto Domenico Ravetti - parliamo di milioni di euro. Presidente e assessore facciano delle scelte, noi non ci gireremo dall'altra parte".
Un percorso che la Regione vuole fare assieme a produttori, consorzi e associazioni del settore. È di queste ore l'annuncio dell'assessore all'Agricoltura Paolo Bongioanni sull'istituzione di un nuovo tavolo verde e di un tavolo vitivinicolo.

https://www.rainews.it/tgr/piemonte/video/2026/07/crisi-del-vino-le-nuove-misure-straordinarie-della-regione-57eae80b-096b-4b8f-b14f-2b83c694e4b1.html

IL VENETO DÀ PRIORITÀ AI PRODUTTORI CERTIFICATI PER LA FUTURA ESPANSIONE DEL PROSECCO DOC

La giunta regionale del Veneto ha fissato le regole per aumentare il potenziale produttivo del Prosecco DOC, dando priorità ai viticoltori che possano dimostrare di essere stati certificati biologici o nell'ambito del sistema nazionale di qualità di produzione integrata italiano nell'anno precedente all'assegnazione dell'aumento.
Il provvedimento deriva dalla Deliberazione della Giunta Regionale n. 1500, approvata il 20 novembre 2025, sulla base di una proposta del consorzio che tutela la denominazione Prosecco DOC. Secondo il testo citato da Padovanews, le regole stabiliscono che la priorità andrà alle aziende che possano dimostrare, in alternativa, di aver avuto un certificato biologico valido ai sensi del Regolamento (UE) 2018/848 al 30 settembre, oppure un certificato del Sistema di Qualità Nazionale di Produzione Integrata, noto come SQNPI, per la coltivazione della vite da uva da vino.
In termini pratici, ciò significa che un produttore che chieda la priorità per una futura assegnazione deve essere stato certificato SQNPI o biologico nell'anno precedente. Per il ciclo 2027, l'adesione al sistema SQNPI deve essere completata entro il 25 luglio 2026, per poter essere considerata come fattore di priorità per un'eventuale stabilizzazione del po-

tenziale produttivo del Prosecco DOC in quell'anno.
Coldiretti Padova, la sezione locale della principale organizzazione agricola italiana, ha invitato le imprese interessate a contattare i propri uffici entro il 15 luglio 2026, in vista di quella scadenza.
La decisione è rilevante per il commercio del vino perché lega l'accesso alla priorità nella futura pianificazione dei vigneti del Prosecco DOC a credenziali ambientali o di produzione integrata ottenute secondo una tempistica fissa. Per i viticoltori e gli imbottigliatori legati a una delle maggiori categorie di spumante italiane, ciò potrebbe incidere sulle strategie di impianto, sulle scelte di certificazione e sulla pianificazione dell'offerta per la vendemmia 2027 e oltre.
Il Prosecco DOC è una delle denominazioni vinicole più importanti del Paese per volume e valore dell'export, quindi anche modifiche tecniche nel modo in cui viene adeguato il potenziale produttivo possono avere implicazioni più ampie per il settore delle bevande. Favorendo i produttori già certificati secondo le regole SQNPI o biologiche, la regione segnala che gli standard legati alla sostenibilità potrebbero avere un ruolo più ampio nella gestione della futura crescita all'interno della denominazione.
La delibera non crea un diritto automatico all'aumento della produzione. Stabilisce invece come verrà determinata la priorità qualora e quando venga assegnato ulteriore potenziale. Questa distinzione è importante per i produttori che valutano se entrare ora nel SQNPI: la certificazione può migliorare la loro posizione in un successivo processo di assegnazione, ma non garantisce di per sé nuova capacità.
Anche la data di riferimento conta. Le regole regionali richiedono una prova relativa all'anno precedente all'avvio dell'aumento. Nel caso della certificazione biologica, il certificato deve essere valido al 30 settembre. Nel caso dello SQNPI, i produttori devono completare l'adesione entro la scadenza indicata per poter rientrare nella valutazione in relazione al 2027.
Per le cantine e i viticoltori dell'area del Prosecco DOC, l'annuncio aggiunge un ulteriore passaggio di conformità alla pianificazione aziendale in un momento in cui le scelte regolatorie incidono sempre più sulle opportunità commerciali. I produttori che vogliono preservare flessibilità per il 2027 potrebbero ora dover decidere rapidamente se puntare sulla registrazione SQNPI o fare affidamento sulla certificazione biologica già in essere, mentre chi manca la scadenza potrebbe perdere lo status di priorità in qualsiasi futuro processo di stabilizzazione.

https://www.vinetur.com/it/20260703103733/veneto-gives-certified-growers-priority-for-future-prosecco-doc-expansion.html

SOSTENIBILITÀ NEL VINO: FINISCE L'EPOCA DEI CLAIM GENERICI

Dal 27 settembre 2026 cambiano le regole sulla comunicazione ambientale: cantine, consorzi e aziende della filiera dovranno fondare le dichiarazioni di sostenibilità su dati, processi tracciabili e verifiche documentabili
La sostenibilità entra in una fase nuova anche per il mondo del vino. Dal 27 settembre 2026, con l'applicazione delle nuove regole introdotte dalla Direttiva UE 2024/825 e recepite in Italia con il D.Lgs. 20 febbraio 2026, n. 30, la comunicazione ambientale delle imprese dovrà diventare più precisa, verificabile e documentata. Non basterà più dichiararsi "green", "eco", "sostenibili" o "attenti all'ambiente" senza poter dimostrare in modo chiaro a cosa si riferisce il claim e su quali elementi si fonda.
Per il settore vitivinicolo il cambiamento è tutt'altro che marginale. Negli ultimi anni il riferimento alla sostenibilità è entrato stabilmente in etichette, siti aziendali, brochure, schede tecniche, materiali commerciali, campagne social, comunicati stampa e presentazioni istituzionali. La nuova cornice normativa non elimina la possibilità di raccontare il lavoro ambientale e sociale delle imprese, ma impone un cambio di metodo: ogni affermazione dovrà essere collegata a pratiche identificabili, dati misurabili, criteri espliciti e controlli documentabili.
La questione riguarda da vicino cantine, consorzi, aziende del packaging, fornitori di tecnologie, realtà dell'enoturismo e operatori della promozione. In un comparto dove il racconto del territorio, della natura e della responsabilità produttiva è parte integrante del valore del marchio, il rischio non è soltanto giuridico. È anche reputazionale. Una comunicazione vaga o non supportata da evidenze può indebolire la fiducia costruita con consumatori, buyer e mercati internazionali.
Cosa cambia con la Direttiva UE 2024/825
La Direttiva UE 2024/825 modifica la disciplina europea sulle pratiche commerciali sleali, rafforzando la tutela dei consumatori contro il greenwashing e contro le informazioni fuorvianti sulle caratteristiche ambientali o sociali di prodotti e imprese. Uno dei passaggi più rilevanti riguarda i claim ambientali generici. Espressioni come "rispettosa dell'ambiente", "ecocompatibile", "verde", "ecologica", "rispettosa del clima", "a basse emissioni di carbonio", "biodegradabile" e formule simili non potranno essere usate come semplici dichiarazioni di principio se non sostenute da prestazioni ambientali riconosciute e pertinenti.
La norma interviene anche sulle etichette di sostenibilità. L'uso di marchi, bollini o segni volontari sarà ammesso solo se basato su sistemi di certificazione credibili o istituiti da autorità pubbliche. Il sistema dovrà prevedere requisiti trasparenti, procedure di verifica e un controllo oggettivo da parte di terzi indipendenti.
Altro punto delicato riguarda i claim climatici fondati sulla compensazione delle emissioni. La direttiva vieta di presentare un prodotto come a impatto neutro, ridotto o positivo sull'ambiente in termini di emissioni di gas serra se questa affermazione si basa soltanto su meccanismi di compensazione esterni alla catena del valore del prodotto. Espressioni come "climate neutral", "carbon positive" o "CO_2 neutral certified" potranno quindi diventare particolarmente rischiose se non riferite all'effettivo impatto del ciclo di vita del prodotto.
Perché il vino è uno dei settori più esposti
Una cantina potrà continuare a raccontare un percorso di sostenibilità, ma dovrà evitare formule indistinte. Dire "vino sostenibile" sarà molto meno efficace, e più rischioso, rispetto a spiegare quali pratiche sono state adottate: gestione dell'acqua,

riduzione dei trattamenti, energia da fonti rinnovabili, alleggerimento del packaging, certificazioni ambientali, tutela della biodiversità, welfare aziendale, tracciabilità della filiera o riduzione misurata delle emissioni. La sostenibilità non potrà più essere usata come atmosfera comunicativa, affidata a parole evocative, colori naturali, immagini di vigneti e richiami generici al territorio. Dovrà diventare un'informazione verificabile.
A sottolinearlo è anche Unione Italiana Vini, secondo cui, con l'applicazione della Direttiva UE 2024/825, la comunicazione commerciale dovrà fondarsi su elementi verificabili come dati, processi tracciabili, criteri espliciti e controlli documentabili. Per UIV, il cambiamento riguarda direttamente il settore vitivinicolo, dove la sostenibilità è ormai presente in etichette, materiali promozionali, siti aziendali, schede tecniche e comunicazione istituzionale.
Etichette, siti e schede tecniche sotto osservazione
L'impatto delle nuove regole non si limiterà alle campagne pubblicitarie. Per le imprese del vino sarà necessario rivedere tutti i punti di contatto con il : etichette, retroetichette, pagine web, e-commerce, newsletter, materiali fieristici, cataloghi export, presentazioni aziendali, schede prodotto, comunicati stampa, claim social e materiali destinati a buyer e distributori.
Un'affermazione ambientale può infatti comparire in forme diverse: testo, simboli, grafica, immagini, nomi di linea, marchi aziendali o formule promozionali. La Direttiva UE 2024/825 definisce il claim ambientale come qualsiasi messaggio o rappresentazione, anche grafica o simbolica, che suggerisca un impatto positivo o nullo sull'ambiente, un minore danno ambientale rispetto ad altri prodotti o un miglioramento dell'impatto nel tempo. Questo significa che il lavoro di adeguamento non potrà essere affidato solo all'ufficio comunicazione. Serviranno dati raccolti in azienda, responsabilità interne chiare, documenti aggiornati, procedure condivise e una relazione più stretta tra produzione, qualità, consulenti, marketing e direzione.
Per molte cantine, soprattutto piccole e medie, il passaggio più complesso sarà proprio questo: trasformare pratiche magari già virtuose, ma raccontate in modo informale, in informazioni organizzate e dimostrabili.
Packaging, energia e filiera: i claim più delicati
Tra gli ambiti più esposti ci sarà il packaging. Nel vino, bottiglie più leggere, materiali riciclabili, carta certificata, capsule alternative, imballaggi ridotti e packaging secondario sono ormai temi centrali nella comunicazione. Ma anche qui sarà necessario distinguere tra affermazioni generiche e informazioni specifiche.
Dire che un packaging è "green" o "amico dell'ambiente" potrà risultare problematico. Molto diverso è indicare, con chiarezza, che una bottiglia è stata alleggerita di una determinata percentuale, che un astuccio utilizza carta certificata, che un imballaggio contiene una quota precisa di materiale riciclato o che una scelta ha prodotto una riduzione misurata delle emissioni o dei materiali impiegati.
Lo stesso vale per energia e clima. Una cantina che utilizza energia da fonti rinnovabili potrà comunicarlo, ma dovrà farlo in modo preciso, indicando il perimetro dell'affermazione. Riguarda tutta l'azienda o solo una sede? Tutto il processo produttivo o una fase specifica? Si tratta di energia autoprodotta o acquistata? Il dato è annuale, certificato, aggiornato?
Anche le certificazioni dovranno essere presentate con attenzione. Avere una certificazione non autorizza automaticamente a estendere il claim a tutto il prodotto, a tutta l'azienda o a tutta la filiera se il perimetro certificato è più ristretto. La direttiva vieta infatti di formulare un'indicazione ambientale sull'intero prodotto o sull'intera attività dell'impresa quando in realtà riguarda solo un aspetto specifico o un'attività non rappresentativa.
Cosa dovrebbero fare ora le aziende del vino
In vista del 27 settembre 2026, le imprese vitivinicole dovrebbero avviare una revisione completa dei claim già in uso. Il primo passo è mappare tutte le affermazioni ambientali e sociali presenti nei materiali aziendali: etichette, sito, schede tecniche, cataloghi, post social, presentazioni commerciali e contenuti promozionali. Il secondo elemento è la documentazione. Ogni affermazione dovrebbe essere collegata a dati, certificazioni, procedure, report, analisi o evidenze interne aggiornate. Senza una base documentale, anche un claim formulato in buona fede può diventare fragile. Infine, sarà importante lavorare sul linguaggio. Le parole della sostenibilità dovranno diventare meno decorative e più informative. La comunicazione del vino potrà continuare a essere evocativa, ma dovrà poggiare su contenuti concreti.
In questo nuovo quadro, chi saprà trasformare le proprie pratiche in informazioni verificabili avrà un vantaggio competitivo. Chi continuerà ad affidarsi a claim generici, invece, rischierà di trovarsi fuori tempo: non solo rispetto alla normativa, ma anche rispetto alle aspettative di consumatori e operatori.

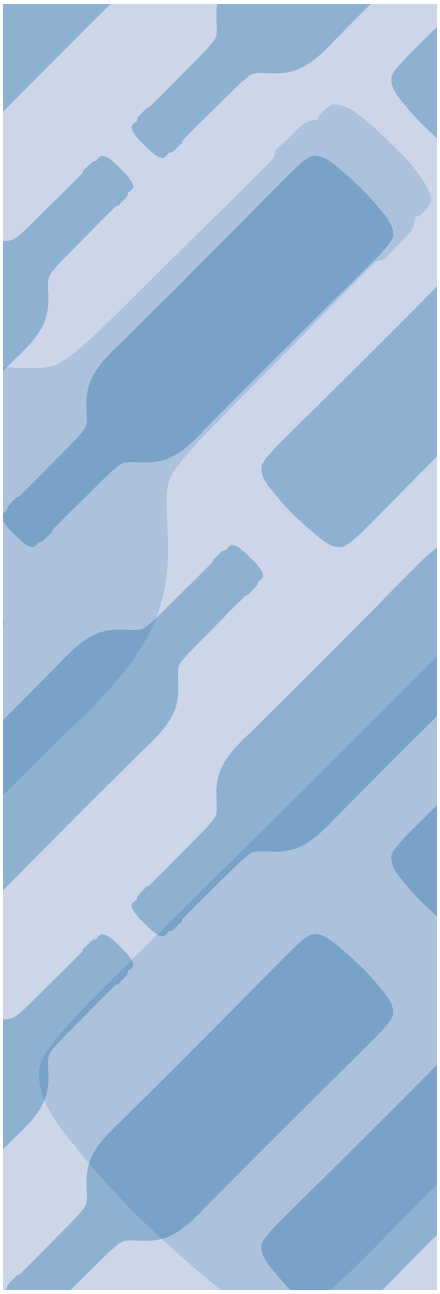
https://www.igrandivini.com/news/green-claims-vino-sostenibilita-direttiva-ue-2024-825/

BANCA NAZIONALE TERRE AGRICOLE: 8.863 ETTARI IN VENDITA PER UN VALORE DI 121 MILIONI DI EURO

Ci sono 253 terreni in vendita per una superficie complessiva di 8.863 ettari e un valore a base d'asta di oltre 121 milioni di euro. A questi si aggiungono 266 terreni appartenenti al lotto permanente, pari a 5.271 ettari, portando, così, ad oltre 14.000 ettari il patrimonio fondiario complessivamente disponibile. I terreni sono distribuiti su tutto il territorio nazionale, con una significativa concentrazione nelle regioni del Mezzogiorno: la Sicilia rappresenta il 27% della superficie complessivamente messa in vendita, seguita da Puglia (12%), Toscana (10%), Basilicata (9%) e Umbria (8%). Sono i numeri della Banca Nazionale delle Terre Agricole edizione n. 9, lo strumento con cui Ismea valorizza il proprio patrimonio fondiario, favorisce il ricambio generazionale e sostiene lo sviluppo dell'agricoltura italiana, in attuazione degli indirizzi del Governo Meloni e del Ministero dell'Agricoltura.
Istituita nel 2016 e gestita da Ismea, la Banca Nazionale delle Terre Agricole rappresenta l'inventario completo dei terreni agricoli che sono,

di fatto, disponibili all'acquisto. Uno strumento che fornisce le informazioni necessarie sulle caratteristiche naturali, strutturali ed infrastrutturali dei terreni agricoli oltre alle modalità e condizioni di cessione e di acquisto che li riguardano. L'iniziativa consente di favorire l'incontro tra domanda e offerta di terreni agricoli attraverso procedure di vendita all'asta improntate a trasparenza, semplicità e accessibilità, con un'attenzione particolare ai giovani che intendono avviare o consolidare un'impresa agricola.
Come nelle precedenti edizioni, la Banca Nazionale delle Terre Agricole è articolata in due lotti: il lotto periodico, che comprende i terreni fino al terzo tentativo di vendita e per il quale è prevista una finestra temporale dedicata alla presentazione delle offerte, e il lotto permanente, per i quali è sempre possibile presentare una proposta di acquisto.
Tra le principali innovazioni di quest'anno figura l'introduzione della cosiddetta fase vetrina e, quindi, da oggi al 31 agosto 2026 gli interessati potranno consultare online tutte le schede dei terreni disponibili senza dover presentare alcuna manifestazione di interesse. Le offerte potranno essere presentate esclusivamente nel periodo compreso tra il 14 settembre e il 14 novembre. Qualora venga presentata una prima offerta valida su uno stesso terreno, gli altri soggetti interessati potranno prenotarsi per partecipare alla successiva fase dei rilanci davanti al notaio.
L'edizione 2026 - come già abbiamo riportato su WineNews - introduce anche un'importante misura a tutela della legalità: saranno esclusi dalla procedura di acquisto i soggetti condannati per il reato di intermediazione illecita e sfruttamento del lavoro (articolo 603-bis del Codice penale), il cosiddetto caporalato, rafforzando, così. l'impegno di Ismea nella promozione di un'agricoltura fondata sul rispetto dei diritti dei lavoratori e delle regole del .
Ma vengono rafforzate anche le misure di sostegno ai giovani imprenditori agricoli. Oltre alla conferma della possibilità di acquistare i terreni con pagamento rateale garantito da ipoteca, viene introdotta una nuova agevolazione che prevede la riduzione di un punto percentuale del tasso di interesse per chi sottoscrive una polizza assicurativa. Novità, infine, anche per gli enti del Terzo settore. Agli enti iscritti al Registro unico nazionale del Terzo settore (Runts) ai quali siano stati affidati in custodia i terreni oggetto di vendita sarà, infatti, riconosciuto un diritto di prelazione per l'acquisto.

https://winenews.it/it/banca-nazionale-terre-agricole-8-863-ettari-in-vendita-per-un-valore-di-121-milioni-di-euro_595557/



RICERCA E INNOVAZIONE

DEALCOLARE IL VINO DIVENTA PIÙ "SMART" ED A "PORTATA" DI APPASSIONATI E RISTORANTI, CON VASONGROUP

Piaccia o meno, il trend dei vini dealcoati o low alcol sta conquistando il suo spazio sul mercato. E se oggi si guarda alla dealcolazione in cantina, c'è già chi si spinge oltre, grazie alla tecnologia, per ampliare anche a locali, o addirittura alle case degli appassionati, la possibilità di dealcolare e abbassare il grado alcolico dei vini prima di consumarli. E così, sarà grande un po' più di un elettrodomestico da cucina e per farlo funzionare basterà collegarlo alla presa elettrica e aprire il rubinetto dell'acqua, il primo dealcolatore di vino "domestico", che è ancora in fase di aggiornamento, ma che dovrebbe essere pronto entro la fine dell'anno, magari per essere regalato a Natale, anche se i costi non sono banali (dovrebbero aggirarsi sui 5.000-7.000 euro). A sviluppare questa autentica novità, che certamente farà discutere come fa discutere tutto il fenomeno dei vini No-Lo, è Vasongroup, storica azienda di Verona da 60 anni al fianco dei produttori nella realizzazione di impianti enologici per cantine e pioniera sul tema della dealcolazione del vino: "è dal 2012 (da quando l'Oiv-Organizzazione Internazionale della Vigna e del Vino l'ha inserita tra le pratiche enologiche ufficiali fino al 20%, ndr) che ci siamo specializzati in macchinari per svolgere questa funzione e in molti ci hanno suggerito di proporre anche una variante non industriale, ma più semplice, e pensata per il consumatore finale. Così abbiamo iniziato a lavorarci", spiega, a WineNews, il managing director del gruppo, Albano Vason.
Nei mesi scorsi, l'azienda veronese ha presentato il MasterMind Remove Lab Unit, un dispositivo pensato per accompagnare le aziende nella fase sperimentale di produzione di vini no-low alcol (come abbiamo raccontato in parte in questo video). E, ora, sulla falsa riga di quel modello che già di per sé era un "mini-dealcolatore" per laboratorio, sta per arrivare an-

che la versione "da casa". O da ristorante. Il processo è sempre la stesso, ma in grandezze ridotte: Vasongroup per ridurre il grado alcolico di un vino utilizza la "tecnologia a membrana", ossia membrane microporose idrofobiche che permettono il passaggio di alcol in forma gassosa verso la parte opposta, dove è presente l'acqua che funge da solvente di estrazione. La differenza di concentrazione di alcol tra il vino, che scorre su un lato della membrana, e l'acqua, che scorre sull'altro lato, crea un gradiente di pressione di vapore che costituisce la forza motrice del processo. Ovviamente l'acqua di estrazione e il vino non entrano mai in diretto contatto tra loro.
"Si tratterà di versare prima la bottiglia di vino in una caraffa e, poi, con un piccolo tubo, trasportarlo all'interno del macchinario ed avviare il processo - ci spiega Vason - finora noi abbiamo sempre progettato impianti che dealcolano fino a 25 litri e che hanno bisogno di tempo, ma per una bordolese penso basterà qualche ora. Dipende anche quanto si intende ridurre il grado alcolico. Se si vuole solo "togliere" qualche grado chiaramente servirà meno tempo che per arrivare sotto allo 0,05%". Il dealcolatore domestico può svolgere entrambe le funzioni, che il vino lo si desideri no oppure low alcol, sempre "preservandone la qualità: il vino non si scalda e non perde gli aromi", assicura Vason. C'è una cosa che, però, non si può fare, ed è quella di controllare con esattezza il grado alcolico finale desiderato del vino che si va a dealcolare: "costerebbe troppo per un piccolo macchinario come questo installare anche questa funzione (che resta, invece, per quelli industriali da oltre 100.000 euro, ndr) - dice il numero uno dell'azienda - sicuramente toglie molto alcol e riduce i gradi, ma alla fine del processo non sai con esattezza quanti ce ne sono rimasti. Man mano che il processo di dealcolazione è avviato puoi, però, assaggiarlo. Decidi tu, fin tanto che ti piace. Poi lo fermi". Tutto questo vale per i vini fermi, di qualsiasi gradazione, mentre è più "macchinoso" il processo per quelli frizzanti o spumanti: "con questo tipo di vini la membrana può permeare anche la Co2 e, quindi, togliere la parte gassosa". Infatti, così come il macchinario non funziona sui distillati, non permette di dealcolare neanche la birra: "a meno che non vengano poi gasati di nuovo - aggiunge, tra il serio ed il faceto, Vason - magari per chi ha in casa il gassatore per l'acqua frizzante può essere un'idea anche questa. Naturalmente non andrei a dealcolare un Trentodoc, un Franciacorta o uno Champagne di qualità. Però, se voglio farmi un dealcolato frizzante a casa, magari mi prendo un vino fermo, lo dealcolo e poi dopo lo "frizzo" con un sistema ormai presente in tante case". Ma se finora gli impianti per la dealcolazione di Vasongroup erano pensati per quelle cantine intenzionate a lanciarsi nel segmento di mercato dei no e low alcol, o che agivano per conto terzi per altre aziende, questo dealcolatore domestico a quale clientela si rivolge? "A tutti. Il tema è che se qualcuno vuole bersi il vino dealcolato se lo può comprare e portare a casa, ma c'è anche chi vuole gustarsi un vino, pensato e realizzato con alcol, ma dal quale vorrebbe ridurre un po' la parte alcolica e magari portarlo da 14 a 10 gradi - dice Vason - ci sono poi da considerare anche i bar ed i ristoranti. Forse anche più della casa. C'è chi è a cena fuori e dopo deve guidare la macchina. Si può far dealcolare un vino da 12 gradi, farlo portare a 6-7 gradi e bersi un bicchiere in più. O c'è chi vuole provare per curiosità un vino dealcolato al bancone di un bar. È un modo per diversificare. Ancora siamo in fase di ultimazione del modello, ma da adesso alla fine dell'anno, quando sarà pronto, potrebbero esserci evoluzioni importanti. I consumi stanno cambiando, le maturazioni delle uve sono sempre più precoci e i gradi alcolici elevati: elementi che, talvolta, danno vita a vini pesanti che non sempre sono piacevoli".
E non ultimo, anche in questo caso, è il tema della salute: "il vino oggi viene visto come un capro espiatorio di tutto quello che è l'alcol - conclude Vason - ma il vino non è solo alcol. Anzi, ce n'è una minima parte rispetto ai distillati. È un prodotto fermentato, che contiene elementi antiossidanti e anche qualche postbiotico. Se limitiamo un po' il contenuto di alcol del vino, possiamo portare anche a un livello più alto la conoscenza generale del prodotto. Che cosa contiene, come viene realizzato. E questo, forse, potrebbe aiutare anche una ripresa dei consumi".

https://winenews.it/it/dealcolare-il-vino-diventa-piu-smart-ed-a-portata-di-appassionati-e-ristoranti-con-vason-group_600234/

RICERCATORI ITALIANI SCOPRONO CHE I CLONI DI GEWÜRZTRAMINER ALTERANO I PRINCIPALI PRECURSORI AROMATICI

*Ric*ercatori in Trentino, Italia, hanno riportato quella che definiscono la prima evidenza che i cloni di Gewürztraminer differiscono nella quantità dei principali precursori tiolici varietali presenti nel succo d'uva, un risultato che potrebbe aiutare i produttori di vino a perfezionare la selezione clonale per modellare l'aroma e migliorare la costanza in cantina.
Il lavoro è stato pubblicato da IVES OpenScience come extended abstract della serie di conferenze GiESCO 2017 ed è stato guidato da scienziati della Fondazione Edmund Mach di San Michele all'Adige. Gli autori hanno esaminato cinque cloni di Gewürztraminer e due biotipi coltivati in quattro vigneti in Trentino e hanno riscontrato differenze fino al 30% tra i cloni nei livelli nel succo dei precursori legati al 3-mercaptoesan-1-olo, o 3MH.

Questo composto, insieme al suo derivato fermentativo 3-mercaptoesil acetato, è noto per contribuire a note tropicali e di pompelmo nel vino. L'abstract afferma che ricerche recenti avevano inoltre mostrato un contributo positivo e significativo di questi tioli varietali al tipico profilo sensoriale dei vini Gewürztraminer.
Lo studio si è concentrato sui precursori glutationilati e cisteinilati del 3MH, composti ampiamente studiati in uve e succhi dalla loro scoperta. Secondo gli autori, la maggior parte dei lavori precedenti sui tioli varietali si è concentrata sul Sauvignon Blanc, mentre molta meno attenzione è stata dedicata a uve, vini e sottoprodotti di Gewürztraminer. Hanno inoltre osservato che, per quanto ne sanno, l'unica ricerca precedente sulla variabilità clonale di questi composti aveva riguar-

dato cloni di Sauvignon Blanc coltivati in un singolo vigneto in Australia.
Nella prova in Trentino, i ricercatori hanno valutato i cloni ISMA-AVIT 904 e 920R, ISMA 916 e 918, e LB14, insieme ai biotipi 906 e 1101. L'abstract non fornisce risultati numerici completi per ciascun clone, ma afferma che la variazione osservata nel succo ha raggiunto fino al 30%, abbastanza da suggerire che la scelta del clone possa influenzare il pool di precursori aromatici disponibile prima dell'inizio della fermentazione.
Per viticoltori e cantine, questo è importante perché l'espressione dei tioli può influire su come un vino finito si presenta nel bicchiere. Se ulteriori studi confermeranno il risultato in diverse condizioni di vigneto e di annata, la selezione clonale potrebbe diventare uno strumento più preciso per gestire la tipicità aromatica nel Gewürztraminer e per ridurre la variabilità da un impianto o da un lotto di produzione all'altro. In termini pratici, ciò potrebbe offrire ai produttori un altro modo per allineare il materiale vegetale a uno stile di vino desiderato, invece di affidarsi solo ai tempi di raccolta o alle tecniche di cantina.
La ricerca arriva in un momento in cui molte regioni vinicole prestano maggiore attenzione al modo in cui il materiale vegetale interagisce con il sito e con le decisioni di vinificazione. La selezione clonale è da tempo utilizzata per gestire resa, comportamento alle malattie e andamento della maturazione. Questo studio suggerisce che possa svolgere anche un ruolo misurabile nei composti legati all'espressione aromatica nel Gewürztraminer, una varietà la cui identità dipende spesso in larga misura dal suo profilo aromatico.
Gli autori dello studio sono Tomás Román, Umberto Malossini, Roberto Larcher, Loris Tonidandel e Giorgio Nicolini, tutti affiliati al Centro Trasferimento Tecnologico della Fondazione Edmund Mach. Il loro rapporto è stato pubblicato il 7 luglio da IVES OpenScience.
Poiché la pubblicazione è un extended abstract e non un articolo completo, offre un resoconto conciso anziché un dataset completo o una metodologia dettagliata. Anche così, il risultato aggiunge un primo elemento di evidenza a un campo studiato molto più ampiamente in altre varietà bianche. Per i produttori focalizzati sui vini aromatici, soprattutto per quelli che cercano un carattere più prevedibile legato ai tioli nel Gewürztraminer, il risultato indica la scelta del clone come un fattore che potrebbe meritare maggiore attenzione nella futura pianificazione del vigneto.

https://www.vinetur.com/it/20260709104032/italian-researchers-find-gewurztraminer-clones-alter-key-aroma-precursors.html

TRA 2010 E 2024, LE MORTI IN INCIDENTI STRADALI DOVUTI ALL'ALCOL SONO DIMINUITE DEL 28% NEL MONDO

Tra il 2010 e il 2024 le morti globali per incidenti stradali attribuibili all'alcol sono diminuite del -28%. A dirlo è un report realizzato dall'International Alliance for Responsible Drinking (Iard), organizzazione no profit impegnata nella riduzione del consumo dannoso di alcol, che ha analizzato anche la variazione di queste percentuali in base al livello di reddito dei 39 Paesi coinvolti nello studio (è diminuita maggiormente negli Stati più ricchi). Ed evidenziando anche un altro fattore sociale: sebbene, infatti, la stragrande maggioranza degli intervistati (tra il 90% e il 98%) ritiene che guidare dopo aver bevuto sia inaccettabile, una quota rilevante dichiara di aver, comunque, guidato quando poteva essere oltre il limite legale di alcolemia (in media tra il 10% e il 14%). In Italia, per esempio, secondo gli studi dell'Institute of Health Metrics and Evaluation's Global Burden of Disease - che mette insieme registri anagrafici nazionali e rapporti di polizia per stimare i decessi da incidenti stradali e modella i dati con variabili come densità di popolazione, temperatura, severità dei limiti di alcolemia, severità dei limiti di velocità e proporzione della popolazione tra 15 e 30 anni - i tassi standardizzati di mortalità stradale attribuibile all'alcol nel 2010 e nel 2024 sono stati rispettivamente 0,6% e 0,4%, per un calo complessivo del -32%. Resta, comunque, un 13% di italiani che ammette di guidare dopo aver bevuto oltre il limite legale di alcolemia, nonostante questa pratica sia socialmente accettata solo dal 6% degli intervistati.
In generale, stando al report, tra il 2010 e il 2024 le morti per incidenti stradali dovute all'alcol sono diminuite del -30% nei Paesi ad alto reddito, del -41% in quelli a reddito medio-alto, del -12% negli Stati a medio-basso reddito e del -26% in quelli a basso reddito (per un totale globale, appunto, del -28%). Tuttavia, se in Europa, Australasia, e in parti del Nord America, Sud America, Africa settentrionale e meridionale e Asia, la mortalità stradale dovuta al consumo dannoso di alcol è diminuita significativamente, in alcune aree dell'Africa, dell'America Centrale, Caraibi e Asia si registra un aumento.

E resta anche l'altro tema: ovvero che la percentuale di persone che dichiarano comportamenti di guida rischiosi è più alta della percentuale di chi considera tali comportamenti socialmente accettabili. Per esempio, in Europa, "guidare quando si potrebbe essere oltre il limite legale di alcol" è socialmente accettabile solo per il 5% degli intervistati, ma è un comportamento diffuso ed eseguito dall'11%. Lo stesso vale per "leggere un messaggio o guardare i social mentre si guida": per appena il 6% è accettabile, ma il 23% lo fa lo stesso. Così come "guidare senza indossare la cintura di sicurezza": per solo l'8% va bene, ma il 15% ammette di farlo. O "guidare nelle aree urbane più veloce del limite consentito": accettabile e giusto per un 12%, di fronte ad un 48% che lo riporta, invece, come atteggiamento diffuso alla guida. Percentuali che non sono dissimili in America, Asia e Oceania.

Secondo i promotori dello studio, questi risultati indicano che modificare da sole le norme sociali non è sufficiente per migliorare la sicurezza stradale. Serve un approccio che coinvolga l'intera società, capace di rafforzare una legislazione rigorosa sui comportamenti di guida sicuri, sostenere la sua applicazione costante e promuovere tecnologie che dimostrino di migliorare la sicurezza stradale. E a tal proposito, lo studio ricorda il "Global Plan for the Decade of Action for Road Safety 2021-2030",

il progetto elaborato dall'Organizzazione Mondiale della Sanità (Oms) e dalle Nazioni Unite per la sicurezza stradale, che raccomanda ai governi di "stabilire limiti di alcolemia per prevenire la guida in stato di alterazione (alcol e droghe), con disposizioni specifiche per i conducenti principianti e professionisti". Portando ad esempio iniziative come la campagna "Take a Breath" in Francia, che nel 2025, installando etilometri in 20 città per 7 mesi, collocati in 47 locali notturni, hanno generato oltre 55.000 test e, secondo i feedback, fino al 70% degli utenti ha dichiarato che questo ha influenzato il proprio comportamento di consumo. O come la campagna di sensibilizzazione Iard in Cambogia nel 2016 che ha fatto crescere dall'8% al 34% la percentuale di chi ritiene che chi guida non debba bere alcol, quella di Diageo (big player del del wine Ħ spirits mondiale e produttore, tra gli altri, di Johnnie Walker, Don Julio Tequila e Guinness) in India nel 2022 che ha integrato moduli di formazione obbligatori e tecnologici nei requisiti per la patente e quella del colosso della birra, Carlsberg, in Kazakistan nel 2023, che ha promosso una campagna pubblica contro la guida in stato di ebbrezza, permettendo ai partecipanti di sperimentare gli effetti dell'alcol su tempi di reazione, coordinazione e guida attraverso dei simulatori. Ma anche la campagna "Autosobriety" in Repubblica Dominicana su iniziativa dal 2021 di Pernod Ricard (colosso francese degli spirits e del vino) che educa i conducenti sui rischi della guida dopo aver bevuto, sul quadro normativo e sulle pratiche più sicure, la collaborazione in Ruanda dal 2013 tra la multinazionale della birra Heineken e la polizia locale nella campagna "Don't Drink and Drive", e quella in Sudafrica tra un altro colosso della birra Ab InBev e le autorità stradali per migliorare l'applicazione delle norme sulla guida in stato di ebbrezza, fornendo unità mobili per i posti di blocco, utili per testare i sospetti e registrare i dati necessari ai procedimenti.

https://winenews.it/it/tra-2010-e-2024-le-morti-in-incidenti-stradali-dovuti-allalcol-sono-diminuite-del-28-nel-mondo_596035/

I RICERCATORI SVILUPPANO UN TEST PIÙ RAPIDO PER VERIFICARE LA PROVENIENZA DEL VINO

I ricercatori hanno sviluppato un modo più rapido e preciso per leggere l'"impronta" inorganica del vino, un passo che potrebbe rafforzare gli sforzi per verificare da dove provenga una bottiglia e individuare possibili frodi sul .
Il lavoro, pubblicato su Food Chemistry, descrive una strategia analitica che combina la diluizione isotopica multi-elemento con la calibrazione esterna e utilizza la spettrometria di massa al plasma accoppiato induttivamente a triplo quadrupolo, o ICP-QQQ-MS. In termini pratici, il metodo misura 23 elementi inorganici nel vino con alta precisione e usa quel profilo per distinguere i vini in base all'origine geografica.
Lo studio si basa su un presupposto semplice: il luogo in cui un vino viene prodotto contribuisce a modellarne la composizione elementare e isotopica. Suolo, acqua e condizioni locali di coltivazione possono lasciare tracce misurabili nel prodotto finito. Catturando tali tracce con maggiore accuratezza, i laboratori possono costruire un profilo chimico più solido di un vino e confrontarlo con i modelli regionali noti.
Secondo l'articolo, il nuovo approccio migliora sia la velocità sia l'accuratezza analitica nei test elementari sul vino. Questo è importante perché i controlli sull'origine spesso dipendono da metodi che devono essere abbastanza affidabili per un uso di routine, soprattutto quando produttori, regolatori o importatori devono confermare la provenienza su molti campioni.
I ricercatori hanno affermato che la capacità del metodo di discriminare geograficamente era elevata, il che significa che era efficace nel separare vini provenienti da diverse aree di produzione in base alla loro composizione inorganica. Questo tipo di separazione è centrale per i sistemi di tracciabilità, che mirano a collegare un prodotto sullo scaffale al luogo in cui è stato realizzato.
La tecnica si basa su ICP-QQQ-MS, una forma avanzata di spettrometria di massa già utilizzata nell'analisi alimentare e ambientale. In questo caso, lo strumento è stato abbinato alla diluizione isotopica multi-elemento, una strategia che può migliorare la precisione delle misurazioni correggendo le fonti di errore analitico durante le prove. La calibrazione esterna è stata inoltre utilizzata come parte del flusso di lavoro per supportare una quantificazione rapida.
Insieme, questi passaggi hanno prodotto un profilo elementare dettagliato che, secondo gli autori, può supportare la gestione e la tracciabilità del vino. Nel commercio del vino, ciò potrebbe avere un valore pratico per i controlli ufficiali, gli audit interni e le verifiche di autenticità, in particolare nei casi in cui le rivendicazioni geografiche incidono su prezzo, reputazione o tutela legale.

I risultati indicano anche una questione più ampia per il settore delle bevande. Un'impronta inorganica più precisa potrebbe offrire a cantine e laboratori di controllo un altro strumento per esaminare con maggiore fiducia le rivendicazioni sull'origine. Se adottati al di fuori dell'ambito della ricerca, metodi di questo tipo potrebbero contribuire a ridurre le controversie sulla provenienza e rafforzare i sistemi antifrode legati alle denominazioni e ad altre etichette basate sul luogo.
Food Chemistry ha descritto il lavoro come parte degli sforzi in corso nell'analisi alimentare per migliorare la verifica dell'origine attraverso una profilazione chimica avanzata. Per i produttori di vino, ciò significa che la scienza di laboratorio si sta avvicinando a offrire test più rapidi che non si limitano a valutare la composizione, ma aiutano anche a rispondere a una domanda commerciale di crescente importanza: se un vino provenga davvero dal luogo indicato in etichetta.

https://www.vinetur.com/it/20260630103520/researchers-develop-a-faster-test-to-verify-where-wine-comes-from.html

DAI CONSORZI DI TUTELA

VINO, CONSORZIO ASOLO MONTELLO CHIEDE PIANO A LUNGO TERMINE PER ACQUA

Il Consorzio Vini Asolo Montello chiede una strategia di lungo periodo per la gestione dell'acqua dopo una vendemmia segnata da siccità e temperature elevate. Nell'area sono iniziate le raccolte della Glera e delle altre varietà coltivate nel territorio, con un anticipo rispetto alla media, mentre le piogge e il calo termico degli ultimi giorni hanno modificato le condizioni dei vigneti nella fase finale della maturazione. "Quest'anno la situazione del vigneto è stata particolarmente impegnativa a causa della siccità e del caldo estremo" ha affermato il presidente del Consorzio, Michele Noal, aggiungendo che "in questa annata complessa, l'esperienza dei viticoltori, che in questi anni hanno imparato a gestire anche condizioni molto difficili, ha permesso di raccogliere uve perfettamente sane e con parametri di acidità e zuccheri soddisfacenti, anche alla luce delle piogge degli ultimi giorni e del calo delle temperature".
Come in altre aree viticole italiane, la raccolta è iniziata prima rispetto alla media del territorio. Per le uve destinate alla spumantizzazione, anticipare il momento della vendemmia consente di preservare l'acidità. Il Consorzio segue l'evoluzione delle uve attraverso il monitoraggio delle curve di maturazione, fornendo ai produttori elementi per scegliere il momento della raccolta nei diversi vigneti.
Le precipitazioni e l'abbassamento delle temperature hanno inoltre ridotto la necessità di refrigerazione in cantina, con un minore impiego di energia, e reso meno gravoso il lavoro delle persone impegnate nella raccolta. Il nodo che il Consorzio pone oltre l'orizzonte della singola annata riguarda però la disponibilità della risorsa idrica e un sistema di gestione dell'acqua che non ha registrato trasformazioni sostanziali rispetto a oltre vent'anni fa. La questione assume un peso particolare in un territorio nel quale pianura e collina si incontrano ai piedi delle Prealpi. I Colli Asolani presentano versanti articolati, mentre il Montello è un rilievo carsico nel quale l'acqua penetra nel sottosuolo attraverso rocce permeabili, alimentando un sistema di doline, cavità e circolazione sotterranea. La disponibilità idrica dipende quindi non soltanto dalla quantità delle precipitazioni, ma anche dalla loro distribuzione nel tempo e dalla capacità del territorio di trattenerle e renderle utilizzabili.
Il Consorzio indica tra le possibili risposte una gestione più razionale dei bacini di laminazione, con l'obiettivo di migliorare l'approvvigionamento anche nelle aree collinari dove l'irrigazione presenta maggiori difficoltà. Il tema coinvolge una rete più ampia di soggetti e viene affrontato assieme agli altri Consorzi, con la richiesta di un confronto che comprenda politica, istituzioni locali e filiera vitivinicola.
Sul Montello la Zona speciale di conservazione tutela oltre 5mila ettari distribuiti tra più Comuni della provincia di Treviso e comprende habitat forestali, ambienti carsici e zone importanti per diverse specie animali. La conservazione di questo mosaico deve confrontarsi con scarsità d'acqua, incendi, erosione e trasformazioni dell'uso del suolo. Il paesaggio porta anche i segni di una lunga relazione tra comunità e risorse naturali: per secoli il bosco del Montello ebbe un ruolo strategico per la Repubblica di Venezia, che ne regolava lo sfruttamento per assicurare legname all'Arsenale. Alla fine dell'Ottocento la suddivisione del territorio in poderi e la realizzazione delle "prese", le strade che attraversano ancora oggi il colle, modificarono insediamenti, attività agricole e organizzazione dello spazio rurale.
Anche la viticoltura conserva saperi legati a questa storia. Accanto alla Glera, il patrimonio varietale comprende la Recantina, vitigno locale recuperato dopo una lunga fase di marginalità. La sua sopravvivenza testimonia un lavoro di conservazione che affianca alla produzione più diffusa il mantenimento di varietà legate alla memoria agricola del Montello e dei Colli Asolani.
In questo quadro la gestione dell'acqua diventa un tema che unisce produzione, tutela del paesaggio e continuità delle attività agricole. Il problema non riguarda soltanto la risposta all'emergenza di una stagione difficile, ma la capacità di prepararsi a condizioni che potrebbero ripresentarsi.
"Il 2026 è un'annata molto calda e la siccità è stato l'elemento maggiormente problematico. Una situazione che non si esclude si possa ripetere anche in futuro e, proprio per questo, ragionare già da ora sulle soluzioni per il prossimo anno diviene particolarmente importante" ha concluso Noal.

https://askanews.it/2026/08/26/vino-consorzio-asolo-montello-chiede-piano-a-lungo-termine-per-acqua/

SOSTENIBILITÀ, OLTRE DUE TERZI DEI VIGNETI ALTOATESINI CERTIFICATI SQNPI

Il percorso verso una viticoltura più sostenibile in Alto Adige passa anche attraverso la certificazione SQNPI. A confermarlo sono i dati diffusi dal Consorzio Vini Alto Adige, che nell'ambito della propria Agenda 2030 ha promosso un progetto pilota. Avviato nel 2022 in progetto è oggi esteso a una parte significativa del territorio vitato provinciale. Le aziende coinvolte nella certificazione secondo il Sistema di Qualità Nazionale Produzione Integrata (SQNPI) sono passate da circa 100 nel 2022 a 2.897, per una superficie complessiva di 3.913 ettari. Si tratta di circa il 67% dei vigneti dell'Alto Adige, pari a oltre due terzi dell'intera area vitata regionale.
«Siamo convinti che l'importanza del SQNPI sia in costante crescita, come strumento per promuovere una produzione di vini sostenibile, orientata alla qualità e al futuro in tutto l'Alto Adige. E il numero di partecipanti, in rapida crescita, dimostra che questa convinzione è condivisa anche dalle nostre aziende», afferma Michael Wild del Consorzio Vini Alto Adige.
COS'È IL SISTEMA SQNPI
Il Sistema di Qualità Nazionale Produzione Integrata è uno strumento riconosciuto dal Ministero dell'Agricoltura e comprende pratiche e misure finalizzate alla tutela della viticoltura. In Alto Adige il sistema si basa su linee guida specifiche, approvate dalla Provincia autonoma.
L'obiettivo è ridurre l'impatto ambientale attraverso un utilizzo minimo dei prodotti fitosanitari chimico-sintetici, una fertilizzazione calibrata sulle esi-

genze dei vigneti e l'adozione di interventi ecologici mirati. Il modello intende coniugare sostenibilità ambientale e sostenibilità economica.
Tra gli elementi centrali del sistema figurano i controlli periodici nelle aziende e il monitoraggio digitale del quaderno di campagna. Le verifiche non si limitano agli aspetti documentali. Anche le uve vengono sottoposte ad analisi per accertare l'effettivo impiego dei prodotti fitosanitari e il rispetto degli standard previsti.
Secondo il Consorzio, proprio il sistema di verifiche rappresenta uno dei principali elementi di credibilità della certificazione.
IL RUOLO DELL'AGENDA 2030
Il percorso è inserito nell'Agenda 2030 del Consorzio Vini Alto Adige, documento aggiornato annualmente che raccoglie indicazioni operative per il comparto.
«Il sistema è stato elaborato da una squadra di esperti, composta da ricercatori e operatori del settore, per adeguarlo alle condizioni di coltivazione specifiche dell'Alto Adige e definito in un apposito documento. Questo è stato presentato dal Consorzio Vini Alto Adige e reso vincolante da un Decreto Provinciale. Come Consorzio siamo giuridicamente responsabili del processo e abbiamo creato i presupposti necessari per la partecipazione al programma di certificazione. Inoltre, in collaborazione con i comitati tecnici del settore, ogni anno determiniamo a nuovo l'"Agenda 2030 del Consorzio Vini Alto Adige", che rappresenta un vademecum pratico e ne facilita la realizzazione», conclude Wild.

https://www.winemag.it/sostenibilita-oltre-due-terzi-dei-vigneti-altoatesini-certificati-sqnpi/?utm_source=chatgpt.com

BIANCO DI PITIGLIANO, DAI ROMANI AD OGGI: UNA STORIA CHE FESTEGGIA SESSANTA ANNI DI DOC

Sessant'anni dalla nascita della denominazione, ma una storia millenaria che affonda le radici della propria vite nel tufo, fin dal periodo etrusco, greco e romano, ed una tradizione vitivinicola che ha continuato a trasmettersi nei secoli, passando attraverso le vicissitudini della famiglia Aldobrandeschi e, più tardi, degli Orsini. Un territorio che è passato attraverso due guerre mondiali e che nel Novecento si è affermato a livello nazionale grazie al contributo decisivo nel 1954 della Cantina Sociale di Pitigliano, che ha uniformato tecniche di produzione e produttori stessi, migliorando qualità e standard dei vini realizzati. Fino al riconoscimento ufficiale della denominazione di origine controllata per i vini prodotti nella zona, attribuito il 28 marzo 1966. La Doc Bianco di Pitigliano, che conta una produzione annua oggi di 15.000 ettolitri - grazie anche al contributo della stessa Cantina Sociale di Pitigliano, uno dei principali produttori del territorio e soggetto chiave anche nel sistema Doc, che conta 254 soci viticoltori, e che produce anche Sovana Doc (denominazione "cugina" riconosciuta nel 1999 e che produce ogni anno 8.000 ettolitri di vino) - ha recentemente festeggiato il suo sessantesimo compleanno (con un convegno, promosso dal Consorzio di tutela Bianco di Pitigliano e Sovana Doc, dal titolo "60 anni della Doc Bianco di Pitigliano - Un patrimonio millenario che guarda al futuro", che ha rappresentato un momento di confronto sulle radici, l'identità e le prospettive di una delle denominazioni storiche della Toscana e la sesta, in ordine cronologico, ad essere riconosciuta in Italia, ndr). Non soltanto, dunque, un'occasione celebrativa. Il convegno ha voluto riportare al centro anche la storia umana della denominazione: quella dei produttori, delle aziende e delle generazioni che hanno contribuito a costruirla ed a mantenerla viva nel tempo. Un percorso fatto di intuizioni, scelte coraggiose e talvolta anche di difficoltà, che ha permesso a una realtà vitivinicola di dimensioni contenute di attraversare sei decenni di trasformazioni senza perdere il proprio legame con il territorio. Ed è su questo tema che si è concentrato l'intervento del professor Mario Fregoni, un decano della scienza e della ricerca applicata alla vite, per 50 anni docente e ricercatore in Viticoltura all'Università Cattolica del Sacro Cuore di Piacenza, ma che è stato anche presidente dell'Organizzazione Internazionale della Vigna e del Vino (Oiv), del Comitato Nazionale Vini e non solo, che ha approfondito il concetto di terroir,spiegando come l'unicità di un vino "derivi dall'interazione tra tre elementi fondamentali, varietà viticole, clima e terreno, ai quali si aggiunge il ruolo dell'uomo, capace di incidere per il 20% sul risultato finale". Partendo da questi presupposti, il professore Fregoni ha indicato proprio il comprensorio di Pitigliano come esempio di straordinaria unicità, sottolineando il valore distintivo della sua origine tufacea e suggerendo di valorizzare ancora di più questo patrimonio identitario, fino ad ipotizzare una denominazione capace di richiamarne l'elemento più caratteristico: la "Roccia Tufacea".Un messaggio forte, che ha attraversato l'intera giornata di studi e che pone al centro il rapporto inscindibile tra il vino e il territorio che lo genera.
Ma, riflettendo su 60 anni di storia, è emersa anche la volontà condivisa di aprire una nuova fase per la denominazione e per il territorio, fondata sulla qualità, sulla valorizzazione dell'identità locale e sulla collaborazione tra i produttori. Una prospettiva che punta ad accrescere il valore del Bianco di Pitigliano attraverso la sua unicità, rafforzando il legame tra vino, paesaggio, storia e comunità. In quest'area, infatti, come si legge nel fascicolo tecnico della denominazione nel sito del Ministero dell'Agricoltura, esistono testimonianze della coltivazione della vite che risalgono al periodo etrusco, greco e romano, ma è con la dominazione di questi ultimi che si accentuò la tendenza al miglioramento delle tecniche di vinificazione, che rimasero insuperate fino al Medioevo. Poi la tradizione vitivinicola del territorio di Pitigliano e di Sorano ha continuato a trasmettersi nei secoli, passando attraverso le vicissitudini della famiglia Aldobrandeschi e, più tardi, con la scissione di questa famiglia nei due rami di Sovana e Santa Fiora, con quelle degli Orsini, fino alla lunga guerra che questi ingaggiarono con Siena conclusasi, nel 1410, con l'annessione definitiva di Sovana ai domini di Siena, e il conseguente spopolamento di Sovana a favore delle vicine Pitigliano e Sorano. Nel periodo storico successivo, caratterizzato da due eventi bellici e da un ventennio di dittatura politica, la situazione viticola della zona di Pitigliano e di Sorano ha vissuto una fase di immobilismo, ma,

a metà Novecento, anche grazie alle iniziative di molti proprietari terrieri, c'è stata una fase di rinascita. Seppur confusa, tanto che fondamentale è stato l'apporto della Cantina Sociale di Pitigliano il cui scopo fu proprio raccogliere e trasformare la produzione viticola del comprensorio circostante con il fine di presentare sul mercato vini uniformi, di tipo costante, migliorati nella qualità e standardizzati nella presentazione. Più tardi, anche alcune pubblicazioni scientifiche del settore, occupandosi dei vini ottenuti su questo territorio, apportarono un contributo importante alla loro valorizzazione (per esempio, "Vini tipici e Pregiati d'Italia" di R.Capone, edito nel 1963, illustra proprio le caratteristiche dei vini di Pitigliano). Furono questi i presupposti che portarono alla consapevolezza che il territorio della Maremma sud-orientale poteva aspirare al riconoscimento della denominazione di origine controllata per i vini prodotti nella zona, riconoscimento che verrà attribuito nel 1966 per il vino Bianco di Pitigliano incentrato, per lo più, sulle uve dei vitigni Trebbiano toscano (localmente detto Procanico), Greco, Grechetto, Malvasia bianca lunga e Verdello, al quale si sono aggiunte, quasi 25 anni dopo, le versioni Superiore e Spumante. Infine, con la modifica del disciplinare intervenuta a novembre 2011, è stata inserita la tipologia tradizionale Vin Santo, con la contestuale semplificazione della base ampelografica produttiva, basata sempre sul Trebbiano toscano, ma con uno spazio più ampio per i vitigni complementari, tra i quali sono stati inseriti Ansonica e Viognier.

https://winenews.it/it/bianco-di-pitigliano-dai-romani-ad-oggi-una-storia-che-festeggia-sessanta-anni-di-doc_599639/

PIGLIO, PINA TERENZI ALLA GUIDA DEL CONSORZIO DEL CESANESE, NUOVA FASE PER PROMUOVERE LA DOCG SIMBOLO DELLA CIOCIARIA

Continuità nella guida, ma anche una nuova spinta alla promozione, all'enoturismo e alla collaborazione tra le aziende. Pina Terenzi è stata confermata presidente del Consorzio per la tutela e la valorizzazione del vino Cesanese del Piglio DOCG. Rinnovato anche il Consiglio di amministrazione, chiamato ad accompagnare una delle denominazioni più rappresentative della provincia di Frosinone in una fase decisiva per aumentarne la riconoscibilità sui mercati e trasformare sempre di più il vino in uno strumento di promozione dell'intero territorio.
La conferma di Pina Terenzi, dell'azienda Vini Giovanni Terenzi, rappresenta una scelta di continuità rispetto al lavoro portato avanti negli ultimi anni, ma apre contemporaneamente un nuovo mandato nel quale il Consorzio punta ad ampliare le attività di valorizzazione del Cesanese, rafforzare il rapporto tra i produttori e costruire una strategia sempre più coordinata con le altre realtà vitivinicole del Lazio.
Gli altri componenti del direttivo
Ad affiancare Terenzi saranno i due vicepresidenti Tiziana Vela, dell'azienda Petrucca e Vela, e Renzo Carella, dell'azienda Pileum.
Nel nuovo Consiglio di amministrazione entrano inoltre Maria Elena Sinibaldi dell'omonima azienda agricola, Federico Perinelli di Casale della Ioria, Gabriella Grassi de L'Avventura Azienda Agricola, Filippo Schina di Selva di Paliano e Antonio Federici dell'Azienda Vinicola Federici.
Una squadra che riunisce esperienze differenti del mondo produttivo e imprenditoriale e che punta a rappresentare le diverse anime del territorio nel quale nasce il Cesanese.
Terenzi: "La crescita passa dalla capacità di fare sistema"
Per la presidente riconfermata, il nuovo mandato dovrà partire proprio dal lavoro comune tra le aziende.
«La riconferma rappresenta per me un motivo di grande responsabilità e, soprattutto, un riconoscimento del lavoro svolto insieme alle aziende del Consorzio – sottolinea Pina Terenzi –. Vogliamo proseguire lungo il percorso già avviato, dando continuità alle attività di tutela e valorizzazione e sviluppando nuove occasioni di promozione per il Cesanese del Piglio DOCG».
Uno degli obiettivi sarà superare una visione limitata alle singole aziende per presentare il Cesanese come patrimonio di un intero territorio.
«Sarà fondamentale rafforzare il dialogo tra i produttori, le istituzioni, gli operatori del settore e gli altri Consorzi del Lazio – prosegue Terenzi – perché la crescita della nostra denominazione passa anche dalla capacità di presentare in maniera unitaria il patrimonio vitivinicolo regionale».
Il Cesanese, un vino che racconta la provincia di Frosinone
La sfida ha un'importanza particolare per la Ciociaria. Il Cesanese del Piglio DOCG costituisce infatti una delle produzioni vitivinicole maggiormente legate all'identità della provincia di Frosinone.
La sua zona di produzione comprende integralmente i territori comunali di Piglio e Serrone e, parzialmente, quelli di Acuto, Anagni e Paliano. Una fascia di territorio nella quale vigneti, piccoli borghi, paesaggio rurale e aziende agricole costituiscono un patrimonio che può diventare sempre più importante anche dal punto di vista turistico.
La denominazione venne riconosciuta come DOC nel 1973, mentre nel 2008 arrivò il passaggio alla Denominazione di origine controllata e garantita.
Il disciplinare contempla le tipologie Cesanese del Piglio, Superiore e Riserva, con una produzione basata prevalentemente sulle uve Cesanese di Affile e Cesanese comune.
Il vino diventa così anche un elemento attraverso il quale raccontare un'area della provincia che negli ultimi anni sta cercando di rafforzare la propria vocazione enogastronomica e turistica.
Dalla Festa del Cinema a Vinitaly
Il nuovo mandato riparte anche dal lavoro compiuto negli ultimi anni per portare il nome del Cesanese al di fuori dei suoi tradizionali confini.
La denominazione ha partecipato a manifestazioni ed eventi capaci di offrire una significativa vetrina nazionale, dalla Festa del Cinema di Roma, dove è stata proposta come ambasciatrice del territorio frusinate, fino agli appuntamenti dedicati specificamente al settore vitivinicolo come Vinitaly, Vinòforum e Vini d'Abbazia.
Una presenza che il Consorzio vuole ora rendere ancora più strutturata, lavorando contemporaneamente su diversi pubblici: operatori professionali, ristoratori, stampa specializzata, appassionati di vino e turisti.
La prospettiva è quella di non promuo-

vere esclusivamente una bottiglia, ma tutto ciò che si trova alle sue spalle: vigneti, produttori, borghi, tradizioni, gastronomia e paesaggio.
L'enoturismo tra le sfide del nuovo mandato
Proprio il rapporto tra vino e territorio rappresenterà uno dei punti centrali della nuova fase.
Il Consorzio punta a sviluppare una narrazione maggiormente coordinata della denominazione, capace di accompagnare il visitatore direttamente nei luoghi nei quali il Cesanese viene prodotto.
L'enoturismo può infatti diventare uno degli strumenti per generare ricadute che vadano oltre le singole cantine. Chi arriva per visitare un vigneto o partecipare a una degustazione può essere portato a conoscere i centri storici di Piglio, Serrone, Acuto, Anagni e Paliano, soggiornare nelle strutture ricettive, frequentare ristoranti e acquistare altre produzioni locali.
La promozione del Cesanese diventa quindi parte di una strategia più ampia di valorizzazione economica della Ciociaria.
Fare squadra con gli altri Consorzi del Lazio
Altro obiettivo dichiarato è intensificare la collaborazione con gli altri Consorzi di tutela regionali.
L'idea è quella di costruire iniziative comuni capaci di presentare il Lazio del vino come un sistema riconoscibile, aumentando la forza promozionale delle singole denominazioni.
Una strategia che potrebbe risultare particolarmente importante in occasione delle grandi manifestazioni nazionali e internazionali, dove la capacità di presentarsi con un'immagine territoriale coordinata rappresenta un elemento sempre più rilevante.
Il Consorzio lavorerà parallelamente allo sviluppo di nuove relazioni commerciali e istituzionali e alla costruzione di progetti condivisi tra le aziende.
Nuova strategia anche per la comunicazione
Un ruolo importante sarà affidato alla comunicazione. La responsabilità istituzionale è stata assegnata alla consigliera Gabriella Grassi, che coordinerà il gruppo di lavoro composto da Ecosphera e Taste Roots Società Cooperativa.
L'obiettivo sarà rendere più continuativo il racconto della denominazione, consolidare i rapporti con stampa e operatori del settore e dare maggiore visibilità alle aziende aderenti.
La strategia comprenderà comunicazione istituzionale, strumenti digitali, rapporti con i media, eventi e promozione territoriale.
Dal vino un'opportunità per tutto il territorio
La conferma di Pina Terenzi arriva dunque in una fase nella quale il Consorzio punta ad alzare ulteriormente l'asticella.
La sfida non riguarda soltanto l'incremento della notorietà del Cesanese del Piglio DOCG, ma la possibilità di utilizzare una delle produzioni più riconoscibili della provincia di Frosinone come leva per generare turismo, economia e nuova attenzione verso le aree interne.
Il nuovo Consiglio parte dalla convinzione che la forza della denominazione risieda proprio nell'unione tra qualità del vino, identità territoriale e collaborazione tra produttori. Da qui il programma per i prossimi anni: tutelare ciò che rende unico il Cesanese e, contemporaneamente, riuscire a raccontarlo a un pubblico sempre più ampio.

https://www.frosinonetoday.it/attualita/piglio-pina-terenzi-consorzio-vibo-cesanese-docg.html

"RISING STARS" BY WINE ENTHUSIAST: BARTOLOMMEI (CAPRILI - CONSORZIO DEL BRUNELLO) UNICO ITALIANO

Il winemaker di Caprili e presidente del Consorzio Brunello di Montalcino, Giacomo Bartolommei, è, unico italiano, nelle "Rising Star" per "Wine Enthusiast", rivista internazionale che, ieri sera, ha rilasciato la selezione dei 12 "talenti emergenti" che, a vario titolo, si sono distinti nell'ultimo anno in favore del comparto. Giacomo Bartolommei, classe 1991, enologo e produttore a Montalcino è - secondo la testata degli Stati Uniti - "un giovane che si sta distinguendo per una visione orientata alla longevità in un contesto di sfide che il settore si trova ad affrontare".
"Parliamo dell'industria vinicola odierna - ha detto Giacomo Bartolommei, a "Wine Enthusiast" - come se fosse in una situazione di crisi senza precedenti con dazi, calo dei consumi, clima e regolamentazione. Ma dimentichiamo la nostra storia: dobbiamo riuscire a dare ai nostri produttori il coraggio di tornare a pensare in termini di decenni, non di trimestri e ricordare che i capitoli più importanti della storia del vino sono sempre stati scritti da persone che si sono rifiutate di farsi intimidire dalla crisi del momento".
Dei 12 professionisti indicati nella nuova lista di "Wine Enthusiast" (che vanta una "readership" complessiva superiore a 4,1 milioni di persone concentrata negli Stati Uniti), nove sono statunitensi, uno francese e uno canadese (Ryan e Christopher Goydos di SuperVinoBros, nel New Jersey; Anthony Zraly di T. Edward Wines Ꞓ Spirits di New York; Alex Sarovich, ceo di Own Rooted Hospitality nella Sonoma County, in California; Michael Aredes, founder e bartender Noche Traviesa, a New York; Claudia Castro, ricercatrice dello U.S. Department of Agriculture a El Cerrito, in California; Ren Peir, sommelier e "Queer Community Organizer" di Brooklyn, ancora a New York; Milena Berman, co-founder di Hautes Côtes, Vin et Hip Hop, e Terra a Beaune, in Francia; Kilolo Strobert, proprietaria di Fermented Grapes Wines Ꞓ Spirits di Brooklyn, sempre nella Grande Mela; Jeanne Feldkamp e Dan Diephouse, fondatrici e co proprietarie, oltre che winemaker, di Corollary Wines Amity, in Oregon; Peter Andrews, presidente di Culture Wine Coo e co-founder di Hella Chenin Wine Fest, a San Francisco, in California; Cokie Ponikvar, direttrice creativa di Cokie's World of Wine tra Londra, New York e Toronto; e Jess Druey, fondatrice di Whiny Wines a Santa Rosa, in California). Le classi rappresentate sono molto eterogenee, con differenti direzioni future dell'industria: si va da importatori e distributori a ricercatori, da esperti di vino, divulgatori e appunto da Giacomo Bartolommei, in qualità di rappresentante della sua azienda di famiglia (fondata dal nonno nel 1965) e della denominazione di Montalcino da giugno 2025.
Il Consorzio del Vino Brunello di Montalcino (che, con nota stampa e foto, ha comunicato il riconoscimento) il prossimo anno celebrerà il sessantesimo anno di nascita, riunisce 214 soci per una tutela che si estende su un vigneto Dop di oltre 3.400 ettari. Una comunità agricola - quella di Montal-

cino - con un'economia fondata per la metà delle proprie imprese da aziende agricole e un tasso di disoccupazione che non arriva al 2%. Un ecosistema trainato soprattutto dal vino e dal Brunello (9-10 milioni di bottiglie prodotte in media ogni anno) per cui è stato attivato un piano di promozione a cavallo del 2026-2027, con eventi dedicati a partire dagli Stati Uniti (New York, Texas, Dallas, Austin solo quest'anno), Canada, Regno Unito, Asia, oltre alla partecipazione collettiva alle principali fiere globali del settore (Vinitaly, Wine Paris, Prowein). Forte il peso dell'export sul fatturato globale (70%) per un vino ultrapremium storicamente legato alla domanda Usa, che rappresenta oltre il 30% delle esportazioni ma anche principale fruitrice enoturistica nel borgo toscano. L'appuntamento clou dell'anno è, come al solito, a Montalcino, con l'anteprima delle nuove annate di Benvenuto Brunello, in programma dal 19 al 23 novembre.

https://winenews.it/it/rising-stars-by-wine-enthusiast-bartolommei-caprili-consorzio-del-brunello-unico-italiano_599625/

DOC FRIULI ROSATO E RIBOLLA GIALLA FERMA NEL NUOVO DISCIPLINARE DEL CONSORZIO

La Doc Friuli punta a introdurre per la prima volta nel proprio disciplinare il Rosato e la Ribolla gialla ferma. Quest'ultima è attualmente prevista dalla denominazione soltanto nelle versioni Spumante Martinotti e Spumante Metodo classico, mentre le sue uve possono concorrere alla produzione del generico Doc Friuli Bianco. Le due nuove tipologie sono state individuate dal Consorzio di tutela per rispondere alla domanda del .

La modifica è in attesa dell'approvazione del Ministero dell'Agricoltura e del successivo passaggio al Comitato nazionale vini. I tempi potrebbero però non consentirne l'applicazione già dalla vendemmia 2026.
L'aggiornamento è stato annunciato durante l'assemblea annuale del Consorzio Doc Friuli, riunita per la prima volta nella nuova sede del Polo Vitivinicolo di San Vito al Tagliamento. L'incontro è servito anche a presentare i dati relativi al 2025: 23 milioni di bottiglie prodotte, pari a oltre il 40% dei volumi complessivamente imbottigliati nel sistema vitivinicolo regionale.

NUOVO DISCIPLINARE DOC FRIULI:
I TEMPI
«È in corso la modifica del disciplinare – ha spiegato il presidente del Consorzio, Stefano Trinco – saranno infatti inseriti il vino Rosato e la Ribolla gialla ferma, due tipologie che il sta oggi chiedendo. A breve dovrebbe essere approvata dal Ministero dell'Agricoltura per poi proseguire nel Comitato Nazionale Vini».
Resta tuttavia incerta la possibilità di completare l'iter in tempo per la prossima raccolta. «Probabilmente non sarà pubblicato in tempo utile per questa vendemmia – ha aggiunto Trinco – più realisticamente se ne riparlerà in quella del 2027. Ma attendiamo fiduciosi notizie ufficiali dagli enti preposti».
L'introduzione della Ribolla gialla ferma permetterebbe alla denominazione regionale di intercettare uno dei vitigni maggiormente identificativi del Friuli Venezia Giulia. Il Rosato allargherebbe invece la gamma della Doc in una categoria considerata interessante dal punto di vista commerciale.

DOC FRIULI, 23 MILIONI
DI BOTTIGLIE NEL 2025
Nel corso del 2025, sui 3.500 ettari rivendicati a Doc Friuli sono stati raccolti 317 mila quintali di uva. Un dato sostanzialmente in linea con l'annata precedente, nonostante gli eventi atmosferici che hanno interessato il territorio.
Gli imbottigliamenti hanno raggiunto 173.081 ettolitri, equivalenti a circa 23 milioni di bottiglie. La denominazione rappresenta così oltre il 40% di tutto il vino imbottigliato nell'ambito del sistema regionale.

«La Doc Friuli si configura come uno strumento versatile, capace di contribuire a elevare il valore percepito dell'enologia regionale, garantendo al contempo la qualità e i volumi richiesti dal per portare il nome del Friuli Venezia Giulia al di fuori dei confini nazionali ed essere di supporto alle aziende nelle loro strategie commerciali», ha precisato ancora Stefano Trinco.
Il Consorzio considera il rapporto tra qualità, prezzo e disponibilità dei volumi uno degli elementi centrali per dialogare con i grandi clienti e affrontare nuovi mercati. Anche il bilancio 2025 si è chiuso con un risultato positivo, in una fase complessa per il comparto vitivinicolo italiano.

LA NUOVA SEDE
NEL POLO VITIVINICOLO
L'assemblea si è svolta davanti ai 92 soci del Consorzio, ai quali dovrebbero aggiungersi prossimamente nuove aziende. L'incontro ha segnato anche il primo anno dell'attuale mandato del consiglio di amministrazione, impegnato nell'attuazione degli obiettivi inseriti nel piano di sviluppo.
La nuova sede si trova nel Polo Vitivinicolo di piazza del Popolo, a San Vito al Tagliamento. Nella stessa struttura operano gli enti di certificazione Triveneta Certificazioni, Ceviq e Valoritalia, oltre al Consorzio Doc Friuli Grave e alle sedi territoriali dei Consorzi Doc delle Venezie e Doc Prosecco.
La presenza di più organismi nello stesso polo potrebbe favorire nuove forme di collaborazione. Il Consorzio Doc Friuli sta infatti valutando ulteriori sinergie con altri soggetti regionali.

LA DENOMINAZIONE
REGIONALE NATA NEL 2016
La Doc Friuli, denominata anche Doc Friuli Venezia Giulia, è stata istituita nel 2016 e comprende l'intero territorio viticolo regionale. Il Consorzio di tutela è stato costituito tre anni più tardi.
Nonostante sia la denominazione più giovane del Friuli Venezia Giulia, risulta oggi la più prodotta, rivendicata e imbottigliata della regione. La produzione media dichiarata è di circa 336 mila quintali di uva, provenienti da 3.500 ettari.

https://www.winemag.it/doc-friuli-rosato-e-ribolla-gialla-ferma-nel-nuovo-disciplinare-del-consorzio/

VINO, IL PICENO INCONTRA LA REGIONE: CONSORZIO E VINEA CHIEDONO SOSTEGNO IMMEDIATO E UNA STRATEGIA DI LUNGO PERIODO

Il comparto vitivinicolo piceno chiede interventi di sostegno nell'immediato

e, al tempo stesso, una politica strutturale di lungo termine.
Con un'iniziativa congiunta, che testimonia la forte coesione tra i principali organismi al servizio del mondo vitivinicolo piceno, i rispettivi consigli di amministrazione di Vinea e del Consorzio Tutela Vini Piceni hanno incontrato, presso i locali dell'Enoteca Regionale di Offida, il vicepresidente e assessore all'Agricoltura della Regione Marche, Enrico Rossi.
L'occasione è stata utile per illustrare e fotografare il momento che sta vivendo il comparto, anche attraverso numeri e statistiche elaborate dal dottor Elso Pica, dell'ufficio segreteria del Consorzio, sulla base dei dati Valoritalia.
Ne è emerso un quadro molto realistico, che evidenzia una quantità significativa di vino in giacenza, senza particolari differenze tra denominazioni bianche e rosse o tra Dop e Docg.
Nel dibattito che ne è seguito, numerosi imprenditori hanno manifestato la propria preoccupazione per questi volumi invenduti, a prescindere dalla tipologia del prodotto, e hanno chiesto anche interventi incisivi a sostegno del .
Tutti i partecipanti hanno convenuto sulla necessità di affiancare agli interventi tampone una politica di lungo periodo a sostegno del vino, attraverso una programmazione che possa garantire un rilancio strutturale del settore.
«Non è un momento felice, inutile negarlo – ha dichiarato il presidente di Vinea, Pompilio D'Angelo – Per questo la nostra organizzazione ha proposto questa campagna di ascolto con l'assessore Rossi, di concerto con il Consorzio di Tutela competente e facendo seguito al convegno sul "Nuovo Pacchetto Vino" svoltosi recentemente, considerata l'importanza strategica per il nostro territorio del settore vitivinicolo, che si trova attualmente a fronteggiare diverse criticità.
Tra queste ritengo utile non concedere autorizzazioni per nuovi impianti di vigneto per alcuni anni, pur con la possibilità di valutare periodicamente la situazione, così da ridurre le eccedenze di prodotto attualmente presenti sul . Nel contempo sarebbe opportuno prevedere una deroga per i giovani agricoltori, al fine di favorire il ricambio generazionale, visto l'invecchiamento della popolazione e la mancanza di alternative valide alla viticoltura. Vorrei inoltre porre cautela sul tema dell'estirpazione dei vigneti, considerando il potenziale danno ambientale, proponendo tempi più lunghi per l'eventuale reimpianto».
«La promozione, per la quale è istituzionalmente deputato il Consorzio – ha aggiunto il presidente del Consorzio Tutela Vini Piceni, Simone Capecci – sia verso i Paesi terzi sia nell'ambito dell'Unione Europea, rappresenta uno strumento fondamentale per il settore, così come lo sono il turismo enogastronomico e il turismo enologico. Riteniamo opportuno proporre all'assessore la possibilità di aumentare la percentuale di contributo per azioni di questo tipo, così come di attivarsi per cogliere le opportunità offerte da nuovi mercati ancora non esplorati.
Non bisogna dimenticare che valorizzare una Dop significa anche investire sul territorio di competenza. La viabilità stradale e la cura dell'ambiente non possono che essere parte integrante di questo percorso».
Particolarmente dibattuto tra i presenti è stato il tema della distillazione, sul quale i due presidenti hanno concordato l'assoluta necessità di un intervento, comprese e soprattutto le denominazioni di origine. Una misura considerata indispensabile come operazione tecnica di soccorso alle giacenze presenti e utile anche a limitare le speculazioni sui prezzi che continuano a interessare il , oggi in una fase di forte stallo, e che potrebbero riflettersi negativamente anche sul valore dell'uva della prossima vendemmia.
Nel corso dell'incontro sono stati affrontati anche altri temi, come il vino dealcolato, che potrebbe rappresentare una nuova opportunità commerciale senza sostituire il vino nei mercati tradizionali, e quello della sostenibilità ambientale per contrastare i cambiamenti climatici, con l'auspicio di una conferma delle misure di sostegno all'agricoltura biologica, una pratica già ampiamente diffusa nel Piceno.
L'assessore Rossi, al quale i rappresentanti dei due organismi hanno rivolto un ringraziamento per la disponibilità dimostrata, ha ascoltato con grande attenzione gli interventi, facendo proprie le richieste e le aspettative dei viticoltori e impegnandosi a lavorare per individuare soluzioni in tempi brevi. Ha inoltre precisato che alcuni eventuali interventi di carattere ministeriale dovranno essere condivisi con altre regioni, che in alcuni casi si sono mostrate più prudenti rispetto ad alcune delle proposte avanzate, tra cui quella relativa alla distillazione di sostegno

https://www.cronachepicene.it/2026/07/20/vino-il-piceno-incontra-la-regione-consorzio-e-vinea-chiedono-sostegno-immediato-e-una-strategia-di-lungo-periodo/599449/

"NON INSEGUIAMO I VOLUMI: PER I VINI DELLA VALPOLICELLA INIZIA FASE DI NORMALIZZAZIONE". NEL 2025 BOTTIGLIE GIÙ DEL 3%

La produzione complessiva dei vini Dop della Valpolicella nel 2025 è stata di quasi 57,5 milioni di bottiglie, in calo del 3% sul 2024. Una flessione che ha interessato tutte le principali tipologie: Amarone e Recioto a 13,58 milioni di bottiglie (-2,4%), Valpolicella Ripasso a 27,37 milioni (-3,7%) e Valpolicella a 16,50 milioni (-2,7%), confermando così una fase di normalizzazione dei volumi, secondo l'analisi del Consorzio di tutela in base all'Annual report diffuso a Venezia, durante l'evento Venezia Superiore, che giovedì 9 luglio ha celebrato la versione estiva e più fresca dei vini Doc. Nel 2025, i quintali di uve prodotte sono stati 840.510, di cui 327.545 quintali destinati all'appassimento (volumi analoghi al 2016).
Nessuna ossessione per i volumi
«La congiuntura internazionale – ha commentato il presidente Christian Marchesini – richiede una responsabilità maggiore. Il nostro compito non è inseguire i volumi, ma preservare il valore della denominazione. Siamo impegnati a governare con equilibrio la produzione e a investire in promozione per rafforzare la competitività delle imprese e consolidare il ruolo dei nostri vini nel panorama nazionale e internazionale». Una visione di lungo periodo, quindi, per un distretto con 19 Comuni, 11 vallate e 87 mercati esteri.
Vigneto stabile a circa 8.600 ettari
La denominazione (la più grande in tema di vini rossi nel Veneto) conferma che il vigneto si è ormai stabilizzato a 8.614 ettari, per una filiera

composta da oltre 2.200 aziende tra produttori, vinificatori e imbottigliatori. La città di Verona conferma il primato per superficie vitata (15%), seguita da Negrar e San Pietro in Cariano (entrambi 13%) e da Illasi (11%). Assieme, concentrano oltre metà del vigneto della denominazione (52%). Resta identitario il patrimonio varietale: l'uva corvina rappresenta il 56% della superficie rivendicata, poi da rondinella e corvinone (19% ciascuna), mentre la molinara si mantiene al 2 per cento.
Il rosso Doc Valpolicella domina tra le piccole aziende
Il report del Consorzio ha focalizzato l'attenzione sulla composizione dell'imbottigliato per dimensione aziendale. Nelle aziende piccole, in particolare, il Valpolicella Doc pesa per il 40%, mentre nelle realtà medio-piccole, medio-grandi e in quelle grandi il Ripasso diventa la tipologia prevalente (45-50%). Resta, invece, stabile in tutte le categorie il ruolo di Amarone e Recioto, che rappresentano tra 19% e 26% del portafoglio produttivo. Secondo l'analisi proposta dal Consorzio, si tratta di una prova di una «filiera impegnata a costruire il valore della denominazione attraverso un'offerta ampia e trasversale».
Vocazione e crescita internazionale
Sul fronte export, sono 27 le attività promosse nel 2025 dal Consorzio in 16 Paesi (Argentina, Australia, Corea del Sud, Costa Rica, Danimarca, Francia, Germania, Giappone, Kazakistan Messico, Polonia, Serbia, Singapore, Svezia, UK e Usa). E tra le sfide future da vincere per consolidare l'immagine del distretto veronese, secondo il consigliere regionale Alberto Bozza, c'è quella della candidatura a patrimonio immateriale Unesco del rito della messa a riposo delle uve in Valpolicella.
«In questo momento storico, segnato da crisi internazionali e congiunture economiche difficili – ha sottolineato il presidente della Regione Veneto, Alberto Stefani – la denominazione Valpolicella dimostra che la qualità e l'identità di un prodotto sono la forza per sostenerne il valore sul ».

https://www.gamberorosso.it/notizie/vino/tre-bicchieri/valpolicella-produzione-vino-2025/

PROSECCO DOC CHIEDE LIMITI ALL'OFFERTA PER LA VENDEMMIA 2026

Il Consorzio di tutela del Prosecco DOC ha chiesto alla giunta regionale del Veneto di approvare misure straordinarie di gestione dell'offerta per la vendemmia 2026, tra cui un aumento temporaneo della produzione di Glera ammessa e lo stoccaggio obbligatorio di parte della produzione oltre le soglie di resa stabilite.

Secondo un avviso pubblicato venerdì da Confagricoltura Rovigo, la richiesta è stata presentata ai sensi dell'articolo 39 della legge italiana 238/2016, che consente strumenti straordinari di gestione del per le denominazioni del vino. Il Veneto ha disposto la pubblicazione dell'avviso nel proprio bollettino ufficiale, aprendo il periodo per le osservazioni dei soggetti interessati.
Al centro della proposta c'è un "attingimento" temporaneo e straordinario per la Glera, il vitigno utilizzato per il Prosecco. La misura amplierebbe il potenziale viticolo ammissibile al Prosecco DOC in misura tale da consentire fino a 300.000 ettolitri aggiuntivi di produzione, quantità che l'avviso indica come corrispondente a circa 2.000 ettari. La proposta esclude le aree Asolo DOCG e Conegliano Valdobbiadene DOCG.

La richiesta stabilisce anche le condizioni per i vigneti che potrebbero essere inclusi. I terreni dovrebbero soddisfare specifici requisiti storici legati alla gestione aziendale e alla registrazione nei registri ufficiali dei vigneti. La superficie massima consentita sarebbe di 7.000 metri quadrati per produttore.

Un secondo pilastro della proposta è lo stoccaggio del vino eccedente. La produzione di Prosecco DOC oltre 150 quintali per ettaro per i vigneti dal terzo anno in poi, e oltre 90 quintali per ettaro per i vigneti al secondo anno, dovrebbe essere trattenuta dal produttore o da terzi fino all'emissione di un ordine di svincolo. Tale svincolo è atteso entro il 31 dicembre 2027, anche se la misura potrebbe essere prorogata. I volumi stoccati dovrebbero rimanere tracciabili secondo le norme di sostenibilità e non potrebbero essere trasferiti a terzi durante il periodo di restrizione.

La proposta affronta anche gli sforamenti in vigneto e in cantina. Per la Glera coltivata in campo, fino al 20% della resa massima rivendicabile dovrebbe essere destinato a prodotti diversi dal vino. A livello di cantina, non sarebbero consentiti sforamenti di cantina per la vendemmia 2026 e il massimo tasso di conversione da uva a vino sarebbe fissato al 75%.
Secondo l'avviso, anche le riclassificazioni tardive delle vendemmie 2025 e 2026 confluiranno nei volumi stoccati e saranno gestite secondo le stesse regole.
La mossa mostra come una delle più grandi denominazioni italiane degli spumanti stia cercando di calibrare l'offerta prima della raccolta delle uve. Se approvate, le misure potrebbero incidere su quanto Prosecco DOC arriverà sul mercato nei prossimi due anni e contribuire a limitare gli squilibri tra produzione, prezzi e domanda in una categoria che resta centrale per l'export vinicolo italiano e per il più ampio commercio delle bevande.
La richiesta non rende di per sé operative le misure. Avvia un iter regolatorio in Veneto nel quale i soggetti interessati possono presentare osservazioni prima che le autorità regionali decidano se e come adottare le regole proposte per la vendemmia 2026

https://www.vinetur.com/it/20260717104457/prosecco-doc-seeks-curbs-on-2026-harvest-supply.html

ALESSANDRO COSTA NUOVO PRESIDENTE DEL CONSORZIO TUTELA ROERO

Alessandro Costa è il nuovo presidente del Consorzio Tutela Roero. Il produttore ed enologo piemontese raccoglie il testimone da Massimo Damonte, alla guida dell'organismo di tutela piemontese dal 2023. «Questa è davvero un'emozione incredibile», scrive il nuovo presidente, alla guida della cantina Nino Costa di Montà (Cuneo). Il produttore ringrazia Damonte «per l'incredibile lavoro di questi ultimi tre anni», oltre al precedente Consiglio di amministrazione.

CHI È ALESSANDRO COSTA, NUOVO PRESIDENTE DEL CONSORZIO TUTELA ROERO

Laureato alla facoltà di Agraria dell'Università di Torino dopo gli studi in Enologia, Alessandro Costa ha maturato esperienze professionali e compiuto viaggi di formazione soprattutto in Francia e negli Stati Uniti. È cresciuto nell'azienda familiare, tra vigneti, frutteti e cantina, seguendo prima il nonno e poi il padre Nino.
Tra il 2006 e il 2007, concluso il percorso universitario, ha iniziato ad affiancare il padre nella conduzione dei dieci ettari aziendali e nella produzione dei vini da Arneis, Barbera e Nebbiolo. Nel 2009 ha assunto la guida della cantina, intervenendo sull'organizzazione produttiva, sulle lavorazioni, sugli affinamenti e sull'immagine aziendale.

IL PASSAGGIO DI CONSEGNE NEL CONSORZIO ROERO
Alessandro Costa succede a Massimo Damonte, imprenditore vitivinicolo di Canale eletto presidente nel luglio 2023. Damonte aveva a sua volta raccolto il testimone da Francesco Monchiero, rimasto alla guida del Consorzio per tre mandati consecutivi.
«Essere il nuovo presidente del Consorzio del Roero – sono le prime parole del nuovo presidente del Consorzio Tutela Roero – è un ruolo di grande responsabilità. Cercherò di fare il meglio per questo grande territorio». Il messaggio si chiude con un richiamo identitario: «Viva il Roero».

Fanno parte del nuovo Cda Adriano Moretti (Bajaj), Andrea Careglio (Careglio), Angelo Negro (Angelo Negro), Antonio Coscia (Costa Catterina), Bernardino Negro (Pace), Carlo Deltetto (Deltetto 1953), Carlo Ferrero (Cascina Lanzarotti). E ancora: Manuele Priolo (Manuele Priolo), Ermanno Cordero (Benotti Rosavica), Ezio Taliano (Michele Taliano), Francesco Monchiero (Monchiero Carbone), Livio Maccagno (Maccagno), Massimo Damonte (Malvirà) e Monica Tibaldi (Tibaldi).
Il Consorzio Tutela Roero rappresenta i produttori e i viticoltori della denominazione piemontese, legata principalmente al Nebbiolo per il Roero rosso e all'Arneis per il Roero Arneis. Secondo i dati pubblicati dall'ente, gli associati sono oltre 250, con più di 1.250 ettari vitati e una produzione complessiva di circa 8 milioni di bottiglie.

https://www.winemag.it/alessandro-costa-nuovo-presidente-del-consorzio-tutela-roero/

VINI MAREMMA TOSCANA, IL CONSORZIO: "TAGLIARE LE RESE NON BASTA"

Per il Consorzio servono interventi strutturali sul potenziale viticolo, dalle autorizzazioni agli impianti alle estirpazioni mirate, per accompagnare l'evoluzione della domanda

Nel dibattito sul riequilibrio produttivo del vino italiano, il Consorzio Tutela Vini della Maremma Toscana prende una posizione netta: la riduzione delle rese non può essere considerata una soluzione valida per tutti i territori. In una fase in cui diverse denominazioni italiane stanno valutando o adottando tagli alle rese produttive come strumento per gestire l'offerta, il Consiglio di Amministrazione del Consorzio invita a partire dai dati reali e dalle specificità produttive di ciascuna area.
Per la Maremma Toscana, infatti, il nodo non sarebbe tanto la resa massima prevista dal disciplinare, quanto la necessità di intervenire in modo più strutturale sul potenziale viticolo e sulla programmazione della denominazione.
Rese già inferiori ai limiti del disciplinare
Secondo il Consorzio, in Maremma Toscana le rese effettive di uva per ettaro sono già molto inferiori ai limiti previsti dal disciplinare. Per questo, una riduzione delle rese, anche significativa sulla carta, non produrrebbe effetti concreti sulla gestione del .
"Ogni territorio ha caratteristiche produttive profondamente diverse e le decisioni devono partire dall'analisi dei dati reali, non da soluzioni valide indistintamente per tutti", afferma Francesco Mazzei, presidente del Consorzio Tutela Vini della Maremma Toscana.
Il punto, per il Consorzio, è evitare misure simboliche e concentrarsi invece su strumenti capaci di incidere realmente sull'equilibrio tra produzione, domanda e sostenibilità economica delle imprese.
Francesco Mazzei, presidente del Consorzio Tutela Vini della Maremma Toscana
Serve una visione di lungo periodo
La posizione della Maremma Toscana si inserisce in un momento delicato per il vino italiano, segnato da consumi più selettivi, giacenze elevate in molte aree produttive e maggiore pressione sui prezzi. Per Mazzei, la risposta deve essere costruita con una prospettiva di lungo periodo. "Oggi abbiamo bisogno di strumenti che affrontino le criticità in modo strutturale, intervenendo sul potenziale produttivo e accompagnando l'evoluzione della domanda internazionale", spiega il presidente.
Il Consorzio richiama anche il cambiamento nei consumi, con una crescente richiesta di vini bianchi rispetto ai rossi. Un elemento che impone alle denominazioni di programmare il futuro non solo in termini quantitativi, ma anche rispetto all'orientamento produttivo e commerciale.

"Dobbiamo programmare il futuro della denominazione con una visione di lungo periodo, tenendo conto anche dei cambiamenti nei consumi", sottolinea Mazzei. "Servono scelte coraggiose, basate sull'efficacia e non su misure simboliche".
Autorizzazioni agli impianti, il nodo dell'aumento automatico
Tra le misure indicate dal Consorzio c'è il blocco dell'automatismo dell'aumento indistinto dell'1% annuo della superficie vitata concessa tramite le autorizzazioni all'impianto. Secondo Mazzei, questo meccanismo ha contribuito a rendere l'Italia l'unico tra i grandi Paesi produttori europei ad aumentare negli ultimi anni il proprio potenziale viticolo.
"Riteniamo che sia indispensabile bloccare l'automatismo dell'aumento indistinto dell'1% annuo della superficie vitata concessa mediante le autorizzazioni all'impianto", afferma il presidente del Consorzio. Una sospensione che, secondo Mazzei, potrebbe essere prevista almeno per un anno, meglio ancora per due.
La questione riguarda il rapporto tra potenziale produttivo e capacità del di assorbire l'offerta. In un contesto di domanda più debole o più selettiva, continuare ad aumentare la superficie vitata rischia di aggravare il disequilibrio tra produzione e consumo.

Estirpazioni mirate nelle aree meno vocate
Accanto al blocco temporaneo delle nuove autorizzazioni, il Consorzio propone anche un intervento diretto sul potenziale viticolo attraverso estirpazioni mirate e indirizzate verso le aree meno vocate. L'obiettivo non è ridurre in modo generico la capacità produttiva, ma riequilibrare l'offerta intervenendo dove il potenziale viticolo è meno coerente con la qualità, la sostenibilità economica e le prospettive di .
Mazzei sottolinea però un punto essenziale: eventuali interventi di estirpazione non devono intaccare le risorse destinate a promozione, investimenti e innovazione. Per il Consorzio, infatti, il riequilibrio produttivo deve procedere insieme al rafforzamento competitivo delle imprese. Il rischio, altrimenti, sarebbe quello di ridurre la capacità di sviluppo del settore proprio nel momento in cui servono strumenti per accompagnare le aziende nella trasformazione dei mercati.

Maremma Toscana, pragmatismo e dati reali
Con questa posizione, il Consorzio Vini Maremma Toscana conferma un approccio basato su analisi tecniche, sostenibilità economica e lettura pragmatica del . La scelta di non considerare il taglio delle rese come soluzione prioritaria non equivale a negare il problema dell'equilibrio produttivo. Al contrario, significa riconoscere che ogni territorio richiede strumenti coerenti con la propria struttura agricola, produttiva e commerciale.
Per la denominazione, il tema centrale è costruire un modello capace di rispondere ai cambiamenti della domanda senza ricorrere a interventi standardizzati. La sfida riguarda la programmazione, la vocazione delle aree produttive, il posizionamento dei vini e la capacità di leggere l'evoluzione dei consumi. In questa prospettiva, la Maremma Toscana punta a una gestione della denominazione fondata su efficacia, visione e responsabilità, con l'obiettivo di rafforzare la competitività delle imprese e preservare il valore del territorio.

https://www.igrandivini.com/news/vini-maremma-toscana-tagliare-rese-interventi-strutturali/

NEBBIOLI ALTO PIEMONTE, LA PRIMA MAPPA GEOLOGICA DELLE DENOMINAZIONI

Il Consorzio Tutela Nebbioli Alto Piemonte presenta la prima mappa geologica delle Denominazioni, uno strumento pensato per leggere, tutelare e promuovere un territorio vitivinicolo complesso, in cui suoli, rilievi e paesaggio incidono in modo diretto sull'identità dei vini.
La nuova cartografia nasce per offrire una base di conoscenza condivisa di una delle aree più articolate del vino piemontese. Al centro del lavoro c'è la geologia dei suoli, indicata come elemento decisivo per comprendere le diverse espressioni del Nebbiolo dell'Alto Piemonte. Accanto alle principali formazioni geologiche, la mappa riporta le altimetrie dei rilievi collinari, i corsi d'acqua, i principali centri abitati e la distribuzione delle superfici vitate, con l'obiettivo di restituire una lettura complessiva del paesaggio viticolo.
"L'Alto Piemonte è un mosaico di territori, suoli e paesaggi che rendono ogni Denominazione unica e irripetibile", ha dichiarato il presidente del Consorzio Tutela Nebbioli Alto Piemonte, Andrea Fontana, spiegando che "sentivamo la necessità di dotarci di uno strumento capace di raccontare in maniera chiara e scientificamente rigorosa questa straordinaria ricchezza. La mappa rappresenta un importante investimento culturale oltre che promozionale: sarà uno strumento prezioso per i produttori, per chi studia il territorio e per tutti coloro che, in Italia e all'estero, desiderano approfondire le caratteristiche che rendono i nostri vini così distintivi."
Il progetto è stato realizzato in collaborazione con Davide Ferrarese e con il gruppo di lavoro Vigna Veritas, che ha curato l'impostazione tecnico-scientifica della mappa. Il perimetro comprende le dieci Denominazioni del patrimonio vitivinicolo dell'Alto Piemonte: Boca Doc, Bramaterra Doc, Colline Novaresi Doc, Coste della Sesia Doc, Fara Doc, Gattinara Docg, Ghemme Docg, Lessona Doc, Sizzano Doc e Valli Ossolane Doc.
"Il focus principale del progetto è rappresentato dalla geologia dei suoli, elemento determinante per comprendere l'identità e le differenti espressioni dei Nebbioli dell'Alto Piemonte", ha spiegato Vigna Veritas. "Accanto alla rappresentazione delle principali formazioni geologiche, la cartografia evidenzia anche le altimetrie dei rilievi collinari, i corsi d'acqua, i principali centri abitati e la distribuzione delle superfici vitate, offrendo così una visione completa del paesaggio che caratterizza quest'area."
La mappa nasce da una decisione del Consiglio di amministrazione del Consorzio e si propone come strumento di riferimento per la valorizzazione dell'Alto Piemonte. I destinatari sono viticoltori, operatori del settore, appassionati e stakeholder internazionali. Nelle intenzioni del Consorzio, accompagnerà le attività di promozione e divulgazione in Italia e all'estero, rafforzando la capacità del territorio di raccontarsi con maggiore precisione.
Il contributo di Vigna Veritas è stato centrale anche per il metodo adottato. Il gruppo guidato da Ferrarese lavora sull'analisi del terroir vitivinicolo e sulla cartografia applicata al vino, integrando competenze agronomiche, geologiche, pedologiche e cartografiche. L'obiettivo di questo approccio multidisciplinare è costruire strumenti capaci di leggere il legame tra suolo, paesaggio e produzione vitivinicola, rendendo più chiara la specificità delle aree vitate.
Disponibile in formato cartaceo, la nuova mappa diventerà uno dei supporti principali con cui il Consorzio presenterà l'Alto Piemonte nelle attività promozionali. In un'area dove le differenze tra Denominazioni si giocano anche su basi geologiche e morfologiche, dotarsi di una cartografia dedicata significa aggiungere uno strumento utile tanto alla comunicazione quanto alla comprensione tecnica dei vini e delle loro origini.

https://askanews.it/2026/07/09/nebbioli-alto-piemonte-la-prima-mappa-geologica-delle-denominazioni/

Soave, il governo dell'offerta cambia strategia
Il Soave sceglie una via nuova per governare l'offerta e affrontare il tema dell'equilibrio produttivo. Non una riduzione generalizzata delle rese, come spesso avviene nelle denominazioni quando il rallenta, ma un intervento più strutturale sulla superficie rivendicabile a Doc.

Con il Progetto Identità Soave, approvato a larga maggioranza dall'assemblea del Consorzio e valido per le vendemmie 2026, 2027 e 2028, la denominazione interviene a monte della produzione, chiedendo ai produttori di scegliere quali parcelle destinare al Soave e quali orientare verso altre produzioni.
Il tema è al centro dell'articolo pubblicato su Il Corriere Vinicolo n. 22 del 6 luglio 2026. La misura riguarda il solo Soave Doc, mentre il Soave Classico resta escluso. La superficie a Garganega ammessa alla rivendica scende da 5.890 a 4.302 ettari: i 2.714 ettari di collina restano interamente rivendicabili, mentre la pianura passa da 3.176 a 1.588 ettari, con un taglio del 50% concentrato nella fascia più fertile e di più recente ingresso nella denominazione.
La scelta, spiegano il presidente del Consorzio Cristian Ridolfi, il direttore Igor Gladich e Alberto Marchisio, direttore generale di Cadis 1898, nasce dalla volontà di difendere le aree più vocate, responsabilizzare i produttori e trasformare una misura di contenimento in una programmazione di medio periodo. La logica è partire dal fabbisogno di e risalire alla superficie necessaria per soddisfarlo, senza comprimere indistintamente la resa anche dove il vigneto può esprimere qualità. In questo senso, il Soave prova a spostare la decisione dal livello generale della denominazione alla singola parcella. Per Ridolfi, quanto messo nero su bianco è storico per il Soave e può diventare un modello anche per altre denominazioni: una strategia per pesare meno in termini quantitativi, ma contare di più in valore e posizionamento.

https://www.unioneitalianavini.it/approfondimenti-tematici/news/soave-progetto-identita-superficie-doc

CONSORZIO VALPOLICELLA: NEL 2025 SUL 57,5 MLN BOTTIGLIE (-3%)

La Valpolicella ha chiuso il 2025 con quasi 57,5 milioni di bottiglie immesse sul , in calo del 3% sull'anno precedente, ma conferma una presenza consolidata in 87 Paesi e rafforza l'attività di promozione internazionale. È il quadro tracciato dalla sesta edizione del report annuale del Consorzio Tutela Vini Valpolicella, presentato a Venezia, che restituisce l'immagine di una Denominazione orientata a difendere il valore più che a inseguire i volumi.
Il vigneto della principale Denominazione rossista del Veneto si mantiene stabile a 8.614 ettari distribuiti in 19 comuni e 11 vallate, con una filiera che supera le 2.200 aziende tra produttori, vinificatori e imbottigliatori. Verona resta il primo Comune per superficie vitata con il 15%, seguita da Negrar e San Pietro in Cariano, entrambe al 13%, e da Illasi all'11%. Insieme questi quattro poli concentrano il 52% del vigneto della Denominazione. Sul piano varietale, la Corvina continua a dominare con il 56% della superficie rivendicata, mentre Rondinella e Corvinone pesano ciascuna per il 19%. La Molinara si ferma al 2%.
Nel 2025 la produzione ha raggiunto 840.510 quintali di uva. Di questi, 327.545 quintali sono stati destinati all'appassimento, tornando sui livelli del 2016. L'imbottigliato complessivo segna una flessione diffusa a tutte le principali tipologie: Amarone e Recioto si attestano a 13,58 milioni di bottiglie, in calo del 2,4%; il Valpolicella Ripasso scende a 27,37 milioni, con un -3,7%; il Valpolicella si ferma a 16,50 milioni, in diminuzione del 2,7%. Il dato complessivo conferma una fase di normalizzazione delle quantità dopo gli anni di maggiore espansione.
"Il nostro compito non è inseguire i volumi, ma preservare il valore della Denominazione" ha dichiarato il presidente del Consorzio Tutela Vini Valpolicella, Christian Marchesini, spiegando che "siamo impegnati a governare con equilibrio la produzione e a investire nella promozione per rafforzare la competitività delle imprese e consolidare il ruolo dei vini della Valpolicella nel panorama enologico nazionale e internazionale. È una sfida che il Consorzio e le aziende stanno affrontando insieme, con una visione di lungo periodo".
Sulla stessa linea si è mosso il presidente della Regione del Veneto, Alberto Stefani, che ha legato la tenuta della Denominazione alla sua identità territoriale. "La forza del Veneto da sempre non sta nella quantità del prodotto ma nella qualità. Valpolicella ne è la conferma perché è nel nome stesso che viene indicata un'eccellenza territoriale su cui si è sviluppata una cultura enologica superlativa con una Denominazione che ha raggiunto posizioni di assoluto rilievo internazionale" ha detto il governatore, secondo cui in una fase segnata da crisi internazionali e congiunture economiche complesse, proprio qualità e identità continuano a sostenere il valore di .
Il consigliere regionale Alberto Bozza ha insistito sul ruolo culturale della Denominazione e sul legame con l'enoturismo. "I vini della Valpolicella sono versatili e universali e oggi è in atto anche un'importante operazione culturale per raccontare il territorio e potenziare l'enoturismo, perché il vino non è solo gusto e piacere sensoriale ma anche esperienza, cultura, territorio". Bozza ha inoltre richiamato le criticità del contesto internazionale, tra tensioni geopolitiche e protezionismo americano, invitando a una promozione più coordinata sui nuovi mercati e ricordando la candidatura a patrimonio immateriale Unesco del rito della messa a riposo delle uve della Valpolicella.
Un capitolo del report riguarda anche la composizione dell'imbottigliato per dimensione aziendale. Nelle imprese più piccole il Valpolicella Doc arriva al 40% della produzione, mentre nelle realtà medio-piccole, medio-grandi e grandi è il Ripasso a risultare prevalente, con quote comprese tra il 45% e il 50%. Amarone e Recioto mantengono invece un peso più stabile in tutte le classi dimensionali, oscillando tra il 19% e il 26% del portafoglio produttivo. Il dato descrive una Denominazione in cui convivono modelli aziendali diversi, ma tenuti insieme da una costruzione del valore che poggia su un'offerta ampia e trasversale.
Sul fronte dell'internazionalizzazione, nel 2025 il Consorzio ha promosso 27 attività in 16 Paesi distribuiti nei cinque continenti: Argentina, Australia, Corea del Sud, Costa Rica, Danimarca, Francia, Germania, Giappone, Kazakistan, Messico, Polonia, Serbia, Singapore, Svezia, Regno Unito e Stati Uniti. È un'attività che accompagna una presenza estera ormai consolidata e che conferma il peso della promozione come leva strategica per la Denominazione.
La giornata veneziana si collega anche a "Venezia Superiore", l'appuntamento previsto al Teson Piccolo della

Pescheria di Rialto, dove dalle 18 alle 23 sono in degustazione 30 etichette di Valpolicella Doc e Valpolicella Doc Superiore di 19 aziende del territorio, servite a 6-8 gradi.

https://askanews.it/2026/07/09/consorzio-valpolicella-nel-2025-sul--575-mln-bottiglie-3/

GIANLUCA CARRARO CONFERMATO PRESIDENTE DEL CONSORZIO VINI COLLI EUGANEI

Secondo mandato triennale per il presidente del Consorzio Tutela Vini Colli Euganei. Tra le priorità: Serprino, grandi rossi, Fior d'Arancio ed enoturismo
Gianluca Carraro è stato confermato presidente del Consorzio Tutela Vini Colli Euganei. Il Consiglio di Amministrazione ha rinnovato la fiducia al presidente uscente, che avvia così il suo secondo mandato triennale consecutivo alla guida del Consorzio. Accanto a Carraro sono stati confermati i consiglieri Giovanni Barbiero, Lorenzo Bertin, Valentino Bressanin, Simone Dalla Montà, Giorgio Salvan, Giorgia Veronese e Stefano Visintin. Entra invece per la prima volta nel CdA Luca Calaon. La conferma della governance si inserisce in un percorso di continuità strategica per il Consorzio, chiamato a rafforzare la valorizzazione delle denominazioni dei Colli Euganei e a consolidare il ruolo del territorio come destinazione del vino, della cultura e della natura.
Le priorità del Consorzio
Vini Colli Euganei
Nel nuovo mandato, il Consorzio continuerà a lavorare sugli obiettivi indicati dal piano strategico, con particolare attenzione alla valorizzazione del Serprino, al percorso di miglioramento dei grandi vini rossi dei Colli Euganei e alla promozione del Colli Euganei Fior d'Arancio DOCG. A questi assi si affianca l'impegno per rafforzare la destinazione Colli Euganei, attraverso iniziative ed eventi capaci di generare ricadute sul territorio e intercettare un turismo sempre più interessato al vino, alla cultura, al paesaggio e alla natura. In questo quadro, l'enoturismo diventa una leva centrale per trasformare la riconoscibilità delle denominazioni in valore diffuso, coinvolgendo cantine, operatori locali e visitatori.
Serprino, le bollicine autoctone dei Colli Euganei
Tra i principali elementi identitari del territorio c'è il Serprino, unica denominazione frizzante in Italia che rappresenta un'esclusività dei Colli Euganei e vino simbolo della provincia di Padova. Queste bollicine autoctone sono protagoniste del Serprino Festival, appuntamento annuale dedicato alla valorizzazione della denominazione. L'ultima edizione si è svolta dal 20 giugno al 6 luglio, confermando il ruolo dell'evento come momento di promozione del vino e del territorio.
All'interno del calendario si inserisce anche Vulcanico Serprino, che il 20 giugno 2026 ha visto la partecipazione di 26 cantine e degustazioni ospitate nella cornice dell'Abbazia di Praglia.
Grandi vini rossi dei Colli Euganei, il progetto GREWIP
Il percorso di miglioramento dei grandi vini rossi dei Colli Euganei si concretizza nel progetto GREWIP – Great Red Euganean Wines Improvement Project. Il progetto prevede l'applicazione di protocolli di produzione specifici per l'area, monitorati e valutati attraverso processi di co-decisione e co-creazione che coinvolgono i partner e favoriscono l'attivazione di percorsi imitativi anche in aziende esterne al partenariato. L'obiettivo è costruire un modello interattivo di innovazione basato su cooperazione e partecipazione, capace di sviluppare nei Colli Euganei una cultura dell'eccellenza vitivinicola alla base della produzione di vini rossi di pregio.
Fior d'Arancio DOCG, una denominazione unica
Tra le denominazioni simbolo del territorio resta centrale anche il Colli Euganei Fior d'Arancio DOCG, protagonista a Vinitaly 2026 con uno stand dedicato. Il Fior d'Arancio DOCG è l'unico vino da Moscato giallo prodotto nelle tre versioni secco, spumante dolce e passito, una specificità che lo rende unico nel panorama vitivinicolo italiano. La sua valorizzazione rientra tra le priorità del Consorzio, insieme al rafforzamento della riconoscibilità del territorio e delle sue espressioni più identitarie.
Colli Euganei tra vino, natura ed enoturismo
Dal 2024 i Colli Euganei sono riconosciuti come Riserva della Biosfera MAB UNESCO, un'area che promuove un equilibrio virtuoso tra uomo e ambiente, unendo tutela della biodiversità, ecoturismo e agricoltura sostenibile.
Questo riconoscimento rafforza ulteriormente il potenziale del territorio come destinazione enoturistica. I vini dei Colli Euganei diventano così parte di un racconto più ampio, che integra paesaggio, biodiversità, cultura, sostenibilità e ospitalità.
Con la conferma di Gianluca Carraro alla presidenza, il Consorzio Tutela Vini Colli Euganei prosegue quindi un percorso orientato alla crescita qualitativa e alla valorizzazione integrata del territorio, puntando su denominazioni distintive, progettualità condivise e una promozione sempre più legata all'esperienza dei luoghi.

https://www.igrandivini.com/news/gianluca-carraro-presidente-consorzio-vini-colli-euganei/

L'OLTREPÒ LANCIA MONTENAPOLEONE, LA DOC PER VALORIZZARE I VINI FERMI

Torrazza Coste. Nas
ce il progetto "Montenapoleone" per dare un'identità ai grandi vini fermi dell'Oltrepò Pavese. Dopo il debutto al Vinitaly del Classese, nuovo marchio per identificare lo spumante Metodo Classico Docg, il Consorzio sta lavorando ad un altro progetto, che è stato presentato ai soci lunedì pomeriggio, al centro Riccagioia di Torrazza Coste.
La piramide
Alla base del nuovo progetto c'è la costruzione di una piramide di posizionamento per i vini fermi, capace di collocare ogni produzione nella fascia di valore che merita, incidendo così sul valore delle uve e dei vigneti, che resta l'obiettivo del Consorzio.
Alla base della piramide ci sarebbe l'Igp Pavia, da collocare in un segmento di ingresso, appena sopra i vini Oltrepò Pavese, al vertice i vini premium e oltre: per questi ultimi il progetto prevede la creazione di una nuova denominazione su misura, che si chiamerà "Montenapoleone", utilizzando il nome del vino rosso che fino agli anni '60 fu tra i più apprezzati insieme a Buttafuoco, Sangue di Giu-

da e Barbacarlo. I vini fermi su cui la nuova denominazione sarà incentrata saranno i grandi rossi a base di uve autoctone, con Croatina e Barbera in primo piano. Sarà prevista anche una tipologia bianca da dedicare esclusivamente al Riesling Renano, così da risolvere l'equivoco storico tra questa varietà e l'Italico, che in futuro potrebbe quindi mantenere l'appannaggio esclusivo della tipologia Riesling nel disciplinare dell'Oltrepò Pavese.
«Se il Classese resterà comunque la locomotiva in termini di traino d'immagine - spiega il direttore Riccardo Binda -, il territorio vanta da sempre numerosi altri prodotti d'eccellenza che non sono mai stati valorizzati a sufficienza, anche a causa dell'appiattimento di ogni vino sotto il brand Oltrepò Pavese, che comprende vini di primo prezzo ma anche etichette considerate, a buon diritto, tra le massime eccellenze del panorama italiano». Binda, inoltre, spiega la necessità di introdurre una nuova denominazione: «Agire diversamente significherebbe intervenire in modo pesante su molti disciplinari, andando anche a ledere in diversi casi diritti preacquisti e rischiando anni di contenziosi che potrebbero, in ultima analisi, bloccare qualsiasi progetto» aggiunge.
Le altre proposte
Nell'ambito del riordino complessivo, un'altra possibile modifica sarebbe togliere la tipologia ferma dal Bonarda, così da mantenere questa denominazione per la tipologia frizzante, certamente la più rappresentativa e tipica. In questo contesto troverebbe anche più senso il Buttafuoco, che diventerebbe una nicchia di eccellenza dedicata ai rossi autoctoni fermi del territorio. Infine, per valorizzare il Pinot Nero Doc in rosso, l'idea sarebbe quella di lavorare sulla sua promozione a Docg.
«Il Cda si propone, entro la fine del mandato nel febbraio 2027, di portare in assemblea il progetto Montenapoleone - conclude Binda -, così che, come nel caso del Classese, si possa da subito partire con l'utilizzo del nome come marchio collettivo, già registrato l'anno scorso dal Consorzio a questo scopo, mentre verrà portata avanti la pratica di richiesta per la nuova denominazione».

https://laprovinciapavese.gelocal.it/pavia/cronaca/2026/07/08/news/l_oltrepo_lancia_montenapoleone_la_doc_per_valorizzare_i_vini_fermi-15684415/

A SUVERETO SONO INIZIATI GLI ESPROPRI DEI TERRENI PER LE ENERGIE RINNOVABILI. L'ALLARME DELLE CANTINE DELLA ZONA

A Suvereto, gli espropri dei terreni sono già in corso. Il ministero dell'Ambiente sta procedendo con l'iter di autorizzazione per l'installazione di un impianto di batterie e accumulatori di energie rinnovabili (sole e vento): un Bess (battery energy storage system) da circa 100 megawatt, chiamato proprio "Suvereto", per un investimento da 95 milioni di euro complessivi. I cittadini sono in allerta per quella che considerano una occupazione del territorio.
Attualmente, come ha spiegato la sindaca di Suvereto, Jessica Pasquini, nell'area del comune della provincia di Livorno sono stati presentati, a vario titolo, progetti energetici per una potenza totale di 200 megawatt, che andrebbero a occupare circa 150 ettari di terreni agricoli. Troppi, secondo chi si oppone. Ma si tratta del prezzo della transizione energetica, obiettivo dichiarato del Governo in base alle indicazioni e agli obiettivi dell'Unione europea, che in Toscana in questi anni ha già messo in subbuglio altri territori.
L'allarme del settore vitivinicolo
Anche il settore vino è in allarme. Il Consorzio di tutela vini Suvereto e Val di Cornia (che riunisce 19 aziende) ha denunciato l'impatto cumulativo di impianti, come il Bess, e dei campi agrivoltaici: «Il sistema è così articolato e diffuso – fa sapere l'ente presieduto da Daniele Petricci – da avere profonde ricadute sul paesaggio, sulla destinazione agricola dei luoghi e sulla tenuta dell'identità territoriale». Da parte dei produttori vitivinicoli non c'è la negazione a priori della sostenibilità ma la richiesta, avanzata alla Regione Toscana, che si individuino le aree realmente idonee all'installazione di impianti energetici.
In gioco paesaggio ed economia
I viticoltori guardano con preoccupazione sia i siti di produzione, che sottrarrebbero decine di ettari fertili (oltre 800 quelli a Dop) a favore di pannelli agrivoltaici e pale eoliche, ma anche l'infrastruttura che dovrebbe trovare spazio in tutta la Val di Cornia. Si tratta, come ricorda il Consorzio, di sistemi di accumulo, cavidotti, servitù, stazioni e opere di connessione: «Comporrebbero un mosaico che, in termini cumulativi, trasformerebbe il paesaggio e l'economia dei luoghi. Un percorso che rischierebbe di procedere anche attraverso procedure espropriative e che interesserebbe indistintamente tutta l'area».
Danno di immagine
La preoccupazione maggiore è quella paesaggistica ed enoturistica: «Impossibile parlare di agricoltura identitaria e di qualità o rispondere alla voglia di bellezza insita nel turismo riferendoci a un territorio segnato da impianti eolici di grande altezza e da vaste superfici coperte da pannelli», ha sottolineato il presidente Petricci. «Noi non vendiamo solamente un vino, ma un territorio e la sua immagine. E lo stesso fanno le centinaia di operatori turistici della Val di Cornia. Quello paventato – conclude Petricci – è uno scempio paesaggistico, insanabile, che metterebbe a rischio il comparto economico su cui poggia la nostra regione».
La mobilitazione dei cittadini e comitati
Intanto, il Comune di Suvereto ha proposto la creazione di un Ufficio intercomunale per le valutazioni ambientali e territoriali dei progetti energetici. La sindaca Pasquini ha inviato lunedì 6 luglio ai Comuni della provincia di Livorno la richiesta di manifestazione di interesse per la creazione dell'ufficio. La struttura consentirebbe ai Comuni di condividere professionalità nei settori dell'urbanistica, paesaggio, geologia, idraulica, agronomia, ecologia, energia, mobilità e analisi socioeconomica: «Fare rete tra amministrazioni – ha sottolineato Pasquini – significa rafforzare la capacità di governo del territorio e costruire risposte condivise a sfide sempre più complesse».
L'obiettivo è lo stesso dichiarato dal Consorzio vitivinicolo: governare la transizione energetica evitando possibili speculazioni. Venerdì 3 luglio si sono mossi in corteo anche i cittadini, riuniti nel Comitato terre di Val di Cornia, che ha chiesto un incontro alla società Terna (società che gestisce la

rete elettrica nazionale), per porre un freno all'eccesso di progetti che insistono nell'area.

https://www.gamberorosso.it/notizie/vino/suvereto-progetto-rinnovabili-allarme-docg-suvereto-val-di-cornia/

MONTECUCCO DOC E DOCG, IDENTITÀ DINAMICA TRA BIOLOGICO, TERRITORIO E COMPETITIVITÀ

Una denominazione dalla forte caratterizzazione biologica, capace di offrire un equilibrio tra autorevolezza territoriale, sostenibilità e posizionamento competitivo

Nata nel 1998, la denominazione Montecucco DOC e DOCG esprime oggi una delle identità vitivinicole più dinamiche della Toscana meridionale. Il territorio si inserisce in un'area di grande riconoscibilità, incastonato tra le celebri terre del Brunello di Montalcino e del Morellino di Scansano, in un panorama altamente competitivo dove Montecucco ha saputo costruire una propria riconoscibilità puntando su qualità, sostenibilità e rapporto qualità-prezzo.

La forza della denominazione risiede nella capacità di proporre un racconto territoriale coerente, ma anche commerciale. Da un lato, il legame con il Sangiovese e con un ambiente pedoclimatico distintivo; dall'altro, una struttura produttiva capace di intercettare le esigenze dei buyer alla ricerca di vini territoriali, green e posizionati in modo competitivo rispetto ad aree più consolidate.

Montecucco DOC e Montecucco Sangiovese DOCG

L'architettura della denominazione poggia su due pilastri: la Montecucco DOC, riconosciuta nel 1998, e la Montecucco Sangiovese DOCG, arrivata nel 2011. Una struttura che consente una segmentazione chiara dell'offerta e permette alla denominazione di dialogare con canali e pubblici diversi. Il Montecucco DOC Rosso e il Montecucco DOC Vermentino rappresentano le espressioni più dinamiche e versatili, con un profilo adatto in particolare al canale HoReCa. Sono vini capaci di sostenere i volumi, ma anche di raccontare una Toscana meno scontata, fresca e contemporanea.

Il Montecucco Sangiovese DOCG, invece, rappresenta l'espressione più identitaria e ambiziosa della denominazione. È il vino che interpreta con maggiore profondità il legame tra vitigno, territorio e vocazione produttiva, rivolgendosi soprattutto alla distribuzione specializzata e ai mercati più attenti alla riconoscibilità delle denominazioni.

Un territorio segnato da origine vulcanica e influenza dell'Amiata

Dal punto di vista stilistico, Montecucco trova una delle sue chiavi distintive nella matrice del territorio. I suoli di origine vulcanica, la presenza di terreni tufacei e la protezione climatica del Monte Amiata contribuiscono a definire vini caratterizzati da verticalità, tensione minerale e buona scorrevolezza di beva. Questa impostazione consente alla denominazione di intercettare un trend di consumo sempre più evidente: la ricerca di vini meno pesanti, meno costruiti e più leggibili nel rapporto tra freschezza, identità e bevibilità. In questo scenario, Montecucco può proporsi come alternativa autorevole all'interno del panorama toscano, con uno stile capace di unire profondità territoriale e immediatezza di fruizione.

Il biologico come asset competitivo

Uno degli elementi più rilevanti per il posizionamento della denominazione è la forte caratterizzazione biologica. Con circa il 90% della produzione certificata Bio, Montecucco si colloca tra le aree vitivinicole italiane più coerenti sul fronte della sostenibilità certificata. Questo dato non rappresenta soltanto un elemento valoriale, ma anche un asset commerciale. I mercati internazionali mostrano infatti una crescente attenzione verso vini sostenibili, tracciabili e coerenti con modelli produttivi più responsabili. In questo senso, la denominazione riesce a parlare ai cosiddetti mercati etici, ma anche a una nuova fascia di consumatori più sensibile all'origine e al metodo produttivo.

Il risultato si riflette anche nei numeri: nel 2025 Montecucco ha registrato un +11,1% negli imbottigliamenti, un dato in controtendenza rispetto a molte dinamiche del settore e indicativo di una crescita fondata su una riconoscibilità sempre più solida.

Montecucco tra export, HoReCa e distribuzione specializzata

Le denominazioni Montecucco stanno consolidando la propria identità anche sul piano commerciale. Il posizionamento competitivo rispetto ad aree più note della Toscana rappresenta un vantaggio per i buyer interessati a prodotti territoriali, sostenibili e capaci di garantire un buon equilibrio tra qualità e prezzo.

In questa direzione, il Montecucco Rosso DOC si conferma il vino più venduto della denominazione, grazie alla sua versatilità e alla capacità di dialogare con diversi canali distributivi. Il Montecucco Sangiovese DOCG mantiene invece il ruolo di vino simbolo, mentre cresce l'interesse per il Montecucco Vermentino DOC, che oggi rappresenta circa il 15-20% della produzione.

Il lavoro sulla denominazione guarda anche alle evoluzioni climatiche. Tra i temi aperti c'è infatti la possibilità di intervenire sul disciplinare per valorizzare vigneti collocati a quote più alte, così da rispondere in modo più efficace agli effetti del cambiamento climatico e preservare freschezza, equilibrio e identità dei vini.

Una denominazione in ascesa per i mercati internazionali

L'export ha un ruolo centrale per Montecucco e assorbe oggi circa il 65% delle vendite. I mercati principali sono Nord Europa, Stati Uniti, Canada e Benelux, mentre le strategie future guardano con attenzione a Regno Unito e Giappone. Si registra inoltre un interesse crescente verso l'Europa dell'Est e alcuni mercati asiatici.

Gli interlocutori principali all'estero sono importatori e distributori, mentre in Italia la denominazione dialoga soprattutto con il canale HoReCa e con la stampa specializzata. La presenza internazionale viene rafforzata attraverso attività promozionali nei mercati strategici, iniziative condivise con i Consorzi della Maremma, incoming dedicati e appuntamenti mirati per consolidare network, relazioni commerciali e comunicazione.

In questo quadro, Montecucco DOC e DOCG si conferma una denominazione in forte ascesa: territoriale ma contemporanea, sostenibile ma competitiva, capace di offrire ai buyer una proposta concreta in un segmento dove qualità, identità e prezzo restano variabili decisive.

Export, mercati e posizionamento: la visione del presidente
Giovan Battista Basile, presidente del Consorzio Tutela Vini Montecucco
A completare il quadro è la lettura di Giovan Battista Basile, presidente della denominazione, che evidenzia il ruolo sempre più strategico dei mercati esteri e la necessità di consolidare il posizionamento di Montecucco DOC e DOCG attraverso promozione, relazioni commerciali e riconoscibilità territoriale.
Qual è oggi il peso dell'export per la denominazione?
L'export ha un ruolo vitale e assorbe circa il 65% delle vendite. I mercati principali sono Nord Europa, Stati Uniti, Canada e Benelux. Per il futuro, l'attenzione si concentra su Regno Unito e Giappone, con un interesse crescente anche verso Europa dell'Est e Asia.
Quali sono gli interlocutori principali sui mercati internazionali?
Nel mercato internazionale il dialogo si concentra soprattutto su importatori e distributori. In Italia, invece, gli interlocutori principali restano il canale HoReCa e la stampa specializzata del mondo del vino.
Come state rafforzando la presenza della denominazione all'estero?
La presenza internazionale viene consolidata attraverso attività promozionali nei mercati strategici e iniziative condivise con i Consorzi della Maremma. La denominazione organizza inoltre incoming da mercati chiave, tra cui Stati Uniti, Cina, Regno Unito ed Europa, oltre a eventi mirati per rafforzare network, relazioni commerciali e comunicazione.
Quale vino della denominazione si colloca meglio sul ?
Il Montecucco Rosso DOC è il vino più venduto, seguito dal Montecucco Sangiovese DOCG, simbolo del territorio. Cresce anche il Montecucco Vermentino DOC, che rappresenta circa il 15-20% della produzione. Parallelamente, si lavora a possibili modifiche del disciplinare per valorizzare vigneti a quote più alte e rispondere agli effetti del cambiamento climatico.

https://www.igrandivini.com/news/montecucco-doc-docg-biologico-territorio-competitivita/

GARDA DOP INTRODUCE I PRIMI VINI DOP A BASSO TENORE ALCOLICO IN ITALIA

Garda DOP, la denominazione vinicola dell'area del Lago di Garda nel nord Italia, ha detto di aver ampliato la propria area di produzione includendo il comune di Castenedolo e di stare portando avanti una nuova offerta di vini a basso tenore alcolico, una mossa che il consorzio presenta come risposta ai cambiamenti nelle abitudini di consumo e alla domanda del turismo estivo.
L'aggiornamento è stato annunciato dal Consorzio Garda DOC e riportato lunedì da Qualivita. La denominazione comprende parti delle province di Brescia, Mantova e Verona, un'area che da tempo lega la produzione vinicola a una delle destinazioni leisure più frequentate d'Italia. Il consorzio ha affermato che l'aggiunta di Castenedolo segna una modifica formale al disciplinare di produzione e riflette la continua crescita dell'appellazione, mantenendo al contempo la propria identità geografica centrata sull'area del Garda.

La mossa arriva in un momento in cui i produttori di tutta Europa si stanno adattando a un consumo di vino più debole in alcuni mercati tradizionali e a un interesse più forte per stili più leggeri, moderazione e bevande analcoliche e a basso tenore alcolico. In questo contesto, Garda DOP ha detto di aver introdotto vini a basso tenore alcolico sotto la denominazione, definendosi la prima DOP italiana ad aggiungere questa categoria.
Il consorzio ha presentato i nuovi vini come parte di uno sforzo più ampio per rispondere alle preferenze attuali dei consumatori senza discostarsi dall'immagine consolidata della regione. Intorno al Lago di Garda, il vino è strettamente legato al turismo, con visite in cantina, passeggiate tra i vigneti, escursioni sul lago e attività di ristorazione che alimentano la domanda durante la stagione estiva. Ogni anno milioni di visitatori si recano sul Lago di Garda, rendendolo uno dei corridoi turistici più importanti d'Italia.
Paolo Fiorini, presidente del Consorzio Garda DOC, ha descritto il territorio come "un angolo di Mediterraneo ai piedi delle Alpi", sottolineando un microclima mite modellato dalle brezze del lago, dalla forte luminosità e dall'influenza alpina. Il consorzio afferma che queste condizioni aiutano a produrre vini con freschezza ed espressione aromatica, caratteristiche che ritiene possano sostenere anche le categorie più nuove rivolte ai consumatori che cercano un minore apporto alcolico.
L'inclusione di Castenedolo è significativa perché le modifiche alla mappa produttiva di una denominazione possono incidere sull'approvvigionamento delle uve, sul valore dei vigneti e sui futuri investimenti dentro e fuori dall'area appena ammessa. Per le aziende beverage e gli acquirenti di vino, l'iniziativa sui vini a basso tenore alcolico può avere rilevanza anche oltre il turismo locale. Se l'accettazione da parte dei consumatori crescerà, potrebbe modificare il mix di prodotto all'interno di una denominazione protetta che già beneficia di un forte traffico stagionale, influenzando potenzialmente margini, posizionamento a scaffale e collocazione all'export per i produttori che operano sotto il nome Garda.

L'annuncio mostra anche come le regioni vinicole europee regolamentate stiano cercando di adattarsi all'interno dei sistemi formali delle appellazioni, anziché al di fuori di essi. I prodotti low e no alcohol si sono spesso sviluppati in categorie più ampie di vino da tavola o di marca, dove le regole sono più flessibili. Portando i vini a basso tenore alcolico in un quadro DOP, Garda sta verificando se un'origine protetta possa preservare la propria identità ampliando al tempo stesso il proprio raggio commerciale.
La questione è diventata più pressante poiché i consumatori più giovani in diversi mercati mostrano abitudini di consumo più selettive e gli operatori dell'ospitalità cercano bottiglie adatte al servizio del pranzo, agli eventi all'aperto e alle occasioni in cui la moderazione fa parte dell'attrattiva. In una destinazione come il Lago di Garda, dove turismo e vendite di vino sono strettamente collegati, questi cambiamenti possono rapidamente influenzare ciò che le cantine versano nelle

sale degustazione e ciò che i ristoranti scelgono di tenere in carta durante l'alta stagione.
Il consorzio ha detto che la campagna estiva attorno a questi sviluppi fa parte di Euchronicles Eccellenze DOP: un savoir-faire tutto europeo, un progetto promozionale europeo volto ad aumentare la conoscenza delle denominazioni protette di cibo e vino sia tra gli operatori del settore sia tra i consumatori.
Sebbene l'annuncio sia arrivato dal consorzio stesso e non includesse volumi di produzione o obiettivi di vendita per la nuova categoria, segnala che Garda DOP vuole posizionarsi non solo come una destinazione enoturistica consolidata, ma anche come uno dei primi attori nel sistema delle appellazioni italiane sui vini a basso tenore alcolico. La combinazione di un'area di produzione più ampia e di una gamma stilistica più estesa suggerisce una denominazione che cerca di rispondere ai cambiamenti della domanda mantenendo il proprio posto in uno dei mercati beverage e turistici più visibili del Paes

https://www.vinetur.com/it/20260706103806/garda-dop-introduces-italys-first-low-alcohol-dop-wines.html

CONEGLIANO VALDOBBIADENE, VIGNETO E CLIMA

Il cambiamento climatico non è più uno scenario futuro, ma una condizione già misurabile nella viticoltura del Conegliano Valdobbiadene. Temperature più alte, anticipo delle fasi fenologiche, riduzione delle piogge estive e maggiore concentrazione degli eventi estremi mettono alla prova una denominazione fondata su un equilibrio molto preciso: un vitigno prevalente, la Glera, e un territorio collinare circoscritto, riconosciuto Patrimonio Unesco, che non consente semplici spostamenti in quota.
Il tema è al centro dell'articolo di Clementina Palese pubblicato su Il Corriere Vinicolo n. 22 del 6 luglio 2026. A partire da uno studio sul cambiamento climatico con orizzonte 2100, commissionato dal Consorzio Conegliano Valdobbiadene Prosecco Docg all'Università della Cantabria insieme a Banca Prealpi San Biagio, sono state elaborate linee guida operative per garantire al Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore un futuro coerente con il suo profilo organolettico, al momento ancora intatto.
I dati indicano che nell'ultimo trentennio il ciclo fenologico della vite si è accorciato di circa 13 giorni, con vendemmie più anticipate e una maturazione della Glera sempre più esposta al caldo estivo. Da qui al 2100 si prevede un ulteriore incremento delle temperature medie nel periodo aprile-settembre, più giornate oltre i 30 e i 35 °C, più notti tropicali e una redistribuzione delle piogge, meno presenti in luglio e agosto e più concentrate in primavera. Per reagire, il Consorzio ha raccolto in un volume le azioni di contrasto alle avversità climatiche: salute del suolo, incremento della sostanza organica, microinvasi, prevenzione delle microfrane, scelta di portinnesti e viti adattate, recupero delle vecchie viti e gestione della chioma. L'obiettivo è preservare la variabilità interna della denominazione ed evitare standardizzazione e banalizzazione dei vini.

https://www.unioneitalianavini.it/approfondimenti-tematici/news/conegliano-valdobbiadene-clima-vigneto

MORELLINO DI SCANSANO, IL SUPERIORE È REALTÀ E SI PENSA ALLE MACROAREE DEL TERRITORIO

C'è un momento, in primavera, in cui la Maremma smette di fare la difficile e le strade bianche che collegano Scansano a Magliano, a Manciano, ai borghi sparsi tra le colline che degradano verso il Tirreno diventano più accoglienti dopo l'inverno, la macchia mediterranea profuma e i vigneti mostrano i primi segni di una nuova stagione. In questo scenario che puntuale torna l'appuntamento di Rosso Morellino organizzato dal Consorzio Tutela Morellino di Scansano, evento che dal calendario potrebbe sembrare una semplice anteprima delle nuove annate ma che, in verità, rappresenta un momento di lettura collettiva dello stato di salute di una denominazione e della direzione in cui intende andare.
L'edizione 2026 ha alzato l'asticella perché, tra una degustazione e un brindisi, sono stati annunciati due passaggi che vanno al cuore del posizionamento della Docg: l'ufficializzazione della menzione Morellino di Scansano Superiore, ora pienamente operativo dopo la pubblicazione in Gazzetta Ufficiale, e l'annuncio delle future macroaree territoriali. Due scelte che non arrivano per caso e che raccontano una denominazione sempre più consapevole della propria identità.
Dietro questi annunci c'è una comunità produttiva: il Consorzio conta oggi 201 soci iscritti tra viticoltori, vinificatori e imbottigliatori, ai quali si aggiungono 168 produttori non soci che hanno rivendicato la produzione 2024 e più di 90 soci hanno almeno una propria etichetta di Morellino di Scansano Docg sul . Una filiera articolata, che lavora su 1.500 ettari vitati di cui si stima circa il 30% coltivato con metodo biologico, distribuiti tra sette comuni della provincia di Grosseto (Scansano, Magliano in Toscana, Manciano, Grosseto, Campagnatico, Roccalbegna e Semproniano), per una zona di produzione che nel suo complesso si estende su circa 65mila ettari, dal Mar Tirreno fino alle pendici del Monte Amiata. Un paesaggio che rappresenta già in sè una dichiarazione d'identità ben chiara e distinta.
IL SUPERIORE, IL VINO CHE ESISTEVA E ADESSO HA UN NOME
La notizia più attesa era il varo della menzione Superiore, pubblicata in Gazzetta Ufficiale, rendendo pienamente operative le modifiche al disciplinare approvate dall'Assemblea dei soci nel 2025. L'annuncio formale era già stato dato a Firenze in febbraio.
"Con il Superiore non nasce un nuovo vino – chiarisce Bernardo Guicciardini Calamai, confermato alla presidenza del Consorzio - ma abbiamo scelto di dare identità a una tipologia che di fatto già esisteva: molte delle aziende consorziate producono già da tempo un vino intermedio tra le tipologie Annata e Riserva, ma che non era mai stato identificato e raccontato dettagliatamente. Con questo passo ne ufficializziamo l'identità".
Sul piano tecnico, il Superiore prevede un impiego minimo dell'85% di

sangiovese, rese massime più contenute rispetto alla versione Annata e un periodo di affinamento più lungo e l'immissione al consumo è fissata non prima dell'1 gennaio del secondo anno successivo alla vendemmia.
Una tipologia pensata per esprimere maggiore struttura e complessità espressiva, mantenendo al contempo i tratti che definiscono il Morellino sul : freschezza, equilibrio, riconoscibilità del Sangiovese della costa.
"La pubblicazione in Gazzetta Ufficiale rappresenta un risultato importante per tutta la denominazione - aggiunge Guicciardini Calamai - È un segnale concreto della volontà di continuare a investire sulla qualità e sulla riconoscibilità del nostro sangiovese della costa, offrendo al mercato una garanzia di coerenza e valore".
MACROAREE PER LEGGERE IL TERRITORIO SENZA FRAMMENTAZIONI
La seconda novità annunciata a Rosso Morellino 2026 guarda al futuro prossimo: la definizione di cinque o sei macroaree territoriali all'interno della Docg.
Si tratta di un progetto che il Consorzio sta portando avanti da un paio d'anni e che merita di essere letto con attenzione, perché è facile fraintenderlo in quanto non si tratta di UGA, non si tratta di un'idea di zonazione nel senso che si conosce altrove. L'obiettivo è diverso: fornire una chiave di lettura territoriale che aiuti il mercato e prima ancora i produttori a comunicare le differenze reali tra diverse aree di produzione di un territorio molto ampio che va dalla costa al Monte Amiata, con caratteristiche climatiche e di terroir diverse tra loro, scritte nella geologia e nel clima di questo territorio.
Nella parte occidentale della denominazione predominano suoli a tessitura franco-sabbiosa o franco-limosa, con reazione sub-acida o alcalina mentre nella parte orientale, caratterizzata da formazioni calcaree e argillo-scistose, i terreni sono a tessitura franco-argillosa e di reazione alcalina, spesso poco profondi con substrato roccioso affiorante. Due anime distinte, che si riflettono nei vini e che il fino ad oggi ha faticato a leggere con precisione.
A tutto questo si aggiunge il fattore climatico: temperatura media annuale di circa 15°C, estati che possono toccare i 38-39°C, inverni miti e una brezza costante che garantisce salubrità alle uve e contribuisce a definire il profilo aromatico del sangiovese maremmano.
A dare basi scientifiche solide a questo racconto è il progetto Precisiamo, concluso di recente dal Consorzio con il supporto del Dipartimento di Scienze Agrarie, Alimentari e Agroambientali dell'Università di Pisa e del CNR. Un lavoro biennale, finanziato dalla Regione Toscana, che ha coinvolto cinque aziende pilota e ha permesso di individuare sei macro-unità di terroir, ciascuna con caratteristiche geologiche e climatiche distinte che incidono direttamente sulla qualità e complessità dei vini. Su questa base sono state applicate tecniche di viticoltura di precisione, con monitoraggio tramite sensoristica di campo, immagini satellitari e sistemi di supporto alle decisioni agronomiche. Le macroaree che il Consorzio si appresta a definire derivano esattamente da questo lavoro e renderanno leggibile una complessità che già esiste, senza frammentare la forza identitaria della denominazione.
APPUNTI DI DEGUSTAZIONE
L'edizione 2026 di Red Morellino ha offerto assaggi convincenti, confermando freschezza e facilità di beva, ma mostrando anche qualità meno scontate di persistenza e soprattutto una sorprendente capacità di evoluzione nel tempo. Sempre molto versatile a tavola, perfetto su carni e anche su pesce, servito magari a una temperatura leggermente più bassa del solito.

https://vinonews24.it/2026/06/30/morellino-di-scansano-il-superiore-e-realta-e-si-pensa-alle-macroaree-del-territorio/

ASTI DOCG PRESENTA ASTI VIBES PER PORTARE IL SUO SPUMANTE NELLA COCKTAIL CULTURE

Asti DOCG ha presentato Asti Vibes, un nuovo cocktail che abbina Asti Spumante DOCG e Vermouth di Torino IGP, in un'iniziativa volta ad ampliare il ruolo della denominazione spumantistica nella cultura del bere contemporanea e a raggiungere consumatori alla ricerca di proposte più leggere e facili da bere.
Il cocktail è stato presentato ufficialmente a Torino attraverso una collaborazione tra il Consorzio Asti DOCG e il Consorzio del Vermouth di Torino IGP. Il lancio riunisce due prodotti strettamente legati al Piemonte, la regione dell'Italia nord-occidentale nota per il vino e per la tradizione dell'aperitivo. Combinando spumante e vermouth in un'unica proposta, il consorzio collega Asti in modo più diretto al mondo del bar in un momento in cui i produttori di tutta Europa stanno cercando di ampliare i consumi oltre le celebrazioni formali e le occasioni tradizionali legate ai pasti.

Secondo il consorzio, Asti Vibes si prepara con 3 once di Asti Spumante DOCG, 1 1/3 once di Vermouth di Torino IGP, un goccio di acqua tonica, qualche goccia di Peychaud's Bitters e una fetta di limone come guarnizione. La ricetta è semplice per scelta, con ingredienti utilizzabili sia nei bar sia a casa. Questa accessibilità sembra centrale nella strategia alla base del lancio.
Giacomo Pondini, direttore del Consorzio Asti DOCG, ha detto che il nuovo drink riflette il modo in cui la denominazione sta cercando di evolversi senza rompere con le proprie radici. Ha affermato che Asti Vibes rispetta l'eredità di Asti parlando al tempo stesso ai gusti attuali dei consumatori attraverso freschezza, versatilità e cocktail culture.
L'iniziativa fa parte di uno sforzo più ampio di Asti DOCG per creare più occasioni di consumo e riposizionare Asti Spumante come qualcosa di più di un vino riservato ai brindisi o al dessert. Negli ultimi anni, il consorzio ha promosso altri signature serve, tra cui Asti Spritz, Moscato Zen e Asti Signature. Con Asti Vibes, prosegue questa campagna collocando Asti all'interno di una categoria che ha mostrato resilienza in molti mercati: cocktail accessibili, a basso impegno, con una riconoscibile identità regionale.

Questo approccio riflette anche cambiamenti più ampi nella domanda di bevande. Produttori e associazioni di categoria hanno sottolineato sempre più spesso freschezza, modera-

to tenore alcolico e bevibilità come elementi di vendita importanti, soprattutto tra i consumatori adulti più giovani e nei locali urbani dell'ospitalità. Gli spumanti hanno beneficiato di questa tendenza perché possono essere adattati a spritz e drink in stile aperitivo senza perdere la propria identità di base. Anche il vermouth ha visto rinnovata attenzione, mentre bartender e consumatori riscoprono ingredienti italiani classici.

Per Asti DOCG, la partnership con Vermouth di Torino IGP ha anche un valore simbolico oltre che commerciale. Entrambi i prodotti provengono dalla stessa regione ed entrambi sono tutelati dai sistemi di qualità italiani ed europei. Il Vermouth di Torino ha radici profonde nella cultura del bere torinese, mentre Asti è una delle denominazioni spumantistiche più note d'Italia. Riunirli consente a entrambi i consorzi di presentare un'immagine unitaria dell'eredità piemontese in un formato che appare attuale anziché museale.
Il consorzio descrive il cocktail come un'espressione dell'identità del Piemonte e della sua tradizione dell'aperitivo, che resta uno dei contributi italiani più influenti alle abitudini di consumo globali. In termini pratici, significa una proposta costruita sull'equilibrio più che sulla forza: le bollicine di Asti Spumante, la profondità erbacea del vermouth, l'amaro del Peychaud's e la freschezza dell'acqua tonica e del limone.
Il Consorzio Asti DOCG rappresenta migliaia di viticoltori nelle aree vitate di Langhe, Roero e Monferrato, paesaggi riconosciuti dall'UNESCO per il loro valore culturale. Il gruppo tutela e promuove Asti Spumante DOCG e Moscato d'Asti DOCG, due vini prodotti principalmente da uve Moscato Bianco e da tempo associati a intensità aromatica e dolcezza. Negli ultimi anni, tuttavia, i produttori hanno lavorato per dimostrare che questi vini possono inserirsi anche in contesti informali e di consumo misto.
Il Consorzio del Vermouth di Torino IGP, da parte sua, promuove e tutela lo storico vino aromatizzato sviluppato a Torino. Il suo coinvolgimento in Asti Vibes colloca il vermouth non solo nei cocktail classici, ma anche in semplici proposte spumantizzate pensate per un uso più ampio in ristoranti, bar d'albergo e intrattenimento domestico.
Il lancio arriva mentre i gruppi del vino italiani continuano a cercare nuovi modi per difendere le quote di in un settore globale delle bevande sempre più competitivo. I modelli di consumo sono diventati meno prevedibili, soprattutto perché i consumatori più giovani spesso passano da vino, cocktail, birra e opzioni analcoliche a seconda dell'occasione. Per consorzi territoriali come Asti DOCG, una risposta è stata presentare i prodotti tradizionali come ingredienti flessibili piuttosto che come bevande di una categoria fissa.

Asti Vibes si inserisce pienamente in questa logica. Non chiede ai consumatori di imparare una nuova categoria di prodotto o di adottare un rituale complesso. Al contrario, utilizza elementi familiari della cultura dell'aperitivo italiana e li presenta in un formato che i bar possono servire rapidamente e che i consumatori possono riprodurre con poco sforzo. Questo può aiutare a spiegare perché gli organismi di categoria favoriscano sempre più i cocktail signature come strumenti promozionali: offrono un modo diretto per collegare i vini a denominazione alle abitudini contemporanee.
Lanciando il drink a Torino anziché a una fiera internazionale o a un evento export, gli organizzatori hanno anche ancorato il messaggio a livello locale prima di proiettarlo all'esterno. La cornice ha sottolineato il legame regionale tra Asti e il vermouth, dando al tempo stesso credibilità all'iniziativa all'interno del Piemonte. Da lì, il consorzio sembra destinato a utilizzare Asti Vibes come parte della propria comunicazione internazionale su mixology, ospitalità e occasioni lifestyle legate alla cultura del bere italiana.
La mossa suggerisce che, per Asti DOCG, la crescita possa dipendere meno dal cambiare che cosa sia il vino e più dal cambiare dove e come le persone lo incontrano. In questo senso, Asti Vibes non è solo il lancio di un cocktail, ma anche un segnale di marketing su come una delle denominazioni spumantistiche più consolidate d'Italia intenda competere nell'attuale delle bevande.

https://www.vinetur.com/it/20260630103508/asti-docg-unveils-asti-vibes-to-push-its-sparkling-wine-into-cocktail-culture.html

"NON SOLO BAROLO E BARBARESCO. LA SVOLTA POP PASSA DALLA DOC LANGHE". LA DIRETTRICE SPADA RACCONTA LA NUOVA STRATEGIA

Investire non soltanto sugli alfieri più noti come Barolo e Barbaresco ma scommettere e sfruttare le potenzialità delle altre denominazioni in portafoglio, a partire dalla Doc Langhe. Cambia e si rinnova la strategia del Consorzio di tutela Barolo Barbaresco Alba Langhe e Dogliani, che ha appena nominato la nuova direttrice Elisa Spada, nell'ambito di un processo di riorganizzazione interna dopo un lungo periodo con Andrea Ferrero, che si è dimesso a fine 2025. L'ente di tutela punta ora a un cambio d'approccio in materia di comunicazione, con l'obiettivo di sfruttare a pieno tutte le potenzialità di questa prestigiosa area del Piemonte vitivinicolo per allargare gli orizzonti di .
In un contesto di calo generalizzato dei consumi, coi rossi in maggiore sofferenza, le imprese vitivinicole (sono 600 i soci) stanno cercando alternative. Il bacino da cui attingere è obiettivamente vasto: nove denominazioni (di cui 4 Docg), con 10mila ettari vitati e 66 milioni di bottiglie prodotte mediamente ogni anno.
La scommessa si chiama Doc Langhe
In questo nuovo cammino, la scelta strategica sembra cadere sulla Doc Langhe, denominazione che ha superato quota 20 milioni di bottiglie annue, con in testa il Langhe Nebbiolo (circa 11 milioni di pezzi), seguito da Arneis, Chardonnay e Dolcetto. Il presidente Sergio Germano e la direttrice Spada confidano nel «gioco di squadra», parlano di «minore autoreferenzialità», di nuove opportunità ed eterogeneità dei prodotti. «Non vogliamo usare il termine svecchiamento per spiegare questo processo – ha dichiarato la neo direttrice Spada al settimanale Tre Bicchieri del Gambero Rosso – bensì di allargamento dell'accessibilità» per le altre denominazioni del Consorzio.

Per la sua versatilità, la Doc Langhe ci consente di parlare a target differenti e andare nella direzione di un dialogo più diretto col consumatore finale. Insomma, verso una sorta di dimensione più "pop", se così vogliamo definirla, che può fare da traino anche per le nostre più grandi denominazioni».
Dialogo col nuovo consumatore
Intanto, se si guarda al rinnovamento, la Doc Langhe ha già compiuto un passo importante, avendo modificato il disciplinare con l'inserimento del formato in bag in box. Passaggio molto dibattuto e discusso, non senza polemiche interne alla filiera, che non ha avuto l'unanimità dei produttori. Ma il Consorzio deve andare avanti, aprirsi e rinnovarsi. Il tutto nell'ottica di un organismo di rappresentanza che «non vuole essere un'entità astratta bensì essere operativo» in materia di eventi, comunicazione, finanziamenti Ocm per la promozione sui mercati esteri. «Andiamo nella direzione di una operatività – spiega la neo direttrice – fatta di dialogo interno coi soci e allo stesso tempo di apertura all'esterno. Non mi riferisco al livello b2b bensì a un approccio che integri la comunicazione verso il consumatore finale. Sentiamo questa necessità e vediamo la possibilità di accorciare le distanze, parlando direttamente al pubblico italiano e straniero».
De-monumentalizzare alcuni prodotti

Un «nuovo approccio», come lo ha definito lo stesso Germano, che usa un'espressione calzante: «Bisogna demonumentalizzare certi vini, che sono senza alcun dubbio dei grandi vini ma sono anche espressione di territorio. Allora, cosa c'è di meglio se non rivolgersi a un pubblico giovane evitando però, eccessivi storytelling. Per troppo tempo, dopo lo scandalo del vino al metanolo, abbiamo parlato di argomenti complessi come le tipologie di affinamento in barrique, di controllo delle temperature e così via. Ma molti giovani consumatori, di fronte a ciò, rischiano di spaventarsi».
Per vedere più contenuti su Google, aggiungici alle fonti preferite
Aggiungi Gambero Rosso
Ascolta questo articolo ora...
"Non solo Barolo e Barbaresco. La svolta pop passa dalla Doc Langhe". La direttrice Spada racconta la nuova strategia
Pubblicità
Investire non soltanto sugli alfieri più noti come Barolo e Barbaresco ma scommettere e sfruttare le potenzialità delle altre denominazioni in portafoglio, a partire dalla Doc Langhe. Cambia e si rinnova la strategia del Consorzio di tutela Barolo Barbaresco Alba Langhe e Dogliani, che ha appena nominato la nuova direttrice Elisa Spada, nell'ambito di un processo di riorganizzazione interna dopo un lungo periodo con Andrea Ferrero, che si è dimesso a fine 2025. L'ente di tutela punta ora a un cambio d'approccio in materia di comunicazione, con l'obiettivo di sfruttare a pieno tutte le potenzialità di questa prestigiosa area del Piemonte vitivinicolo per allargare gli orizzonti di .
In un contesto di calo generalizzato dei consumi, coi rossi in maggiore sofferenza, le imprese vitivinicole (sono 600 i soci) stanno cercando alternative. Il bacino da cui attingere è obiettivamente vasto: nove denominazioni (di cui 4 Docg), con 10mila ettari vitati e 66 milioni di bottiglie prodotte mediamente ogni anno.
La scommessa si chiama Doc Langhe
In questo nuovo cammino, la scelta strategica sembra cadere sulla Doc Langhe, denominazione che ha superato quota 20 milioni di bottiglie annue, con in testa il Langhe Nebbiolo (circa 11 milioni di pezzi), seguito da Arneis, Chardonnay e Dolcetto. Il presidente Sergio Germano e la direttrice Spada confidano nel «gioco di squadra», parlano di «minore autoreferenzialità», di nuove opportunità ed eterogeneità dei prodotti. «Non vogliamo usare il termine svecchiamento per spiegare questo processo – ha dichiarato la neo direttrice Spada al settimanale Tre Bicchieri del Gambero Rosso – bensì di allargamento dell'accessibilità» per le altre denominazioni del Consorzio.
Per la sua versatilità, la Doc Langhe ci consente di parlare a target differenti e andare nella direzione di un dialogo più diretto col consumatore finale. Insomma, verso una sorta di dimensione più "pop", se così vogliamo definirla, che può fare da traino anche per le nostre più grandi denominazioni».
Sergio Germano, presidente Consorzio Barolo Barbaresco Alba Langhe e Dogliani
Dialogo col nuovo consumatore
Intanto, se si guarda al rinnovamento, la Doc Langhe ha già compiuto un passo importante, avendo modificato il disciplinare con l'inserimento del formato in bag in box. Passaggio molto dibattuto e discusso, non senza polemiche interne alla filiera, che non ha avuto l'unanimità dei produttori. Ma il Consorzio deve andare avanti, aprirsi e rinnovarsi. Il tutto nell'ottica di un organismo di rappresentanza che «non vuole essere un'entità astratta bensì essere operativo» in materia di eventi, comunicazione, finanziamenti Ocm per la promozione sui mercati esteri. «Andiamo nella direzione di una operatività – spiega la neo direttrice – fatta di dialogo interno coi soci e allo stesso tempo di apertura all'esterno. Non mi riferisco al livello b2b bensì a un approccio che integri la comunicazione verso il consumatore finale. Sentiamo questa necessità e vediamo la possibilità di accorciare le distanze, parlando direttamente al pubblico italiano e straniero».
De-monumentalizzare alcuni prodotti
Un «nuovo approccio», come lo ha definito lo stesso Germano, che usa un'espressione calzante: «Bisogna demonumentalizzare certi vini, che sono senza alcun dubbio dei grandi vini ma sono anche espressione di territorio. Allora, cosa c'è di meglio se non rivolgersi a un pubblico giovane evitando però, eccessivi storytelling. Per troppo tempo, dopo lo scandalo del vino al metanolo, abbiamo parlato di argomenti complessi come le tipologie di affinamento in barrique, di controllo delle temperature e così via. Ma molti giovani consumatori, di fronte a ciò, rischiano di spaventarsi».
Ed è a questa categoria di utenti che l'ente che tutela Barolo, Barbaresco, Alba, Langhe e Dogliani vuole approcciarsi, anche attraverso il mondo dei social network: «Stiamo attualmente facendo delle valutazioni con alcune agenzie specializzate – ha spiegato Spada – anche in riferimento a quanto abbiamo visto fare ad altri importanti Consorzi del vino italiani. Ricordo che tuteliamo nove denominazioni e, quindi, c'è da capire come valorizzarle e inserirle in una visione unitaria che le abbracci tutte».
Il rinnovamento di Grandi Langhe
Sul fronte degli eventi, il Consorzio non può non considerare l'ormai collaudato Grandi Langhe (oltre 500 can-

tine e 700 etichette nell'edizione 2026 alle Ogr di Torino): «Negli anni, abbiamo raggiunto numeri di successo ma proprio nei momenti migliori subentra la preoccupazione, in piemontese diciamo "sagrin", del rischio stagnazione. Pertanto, nei prossimi mesi bisognerà capire assieme ai nostri partner come integrarlo, modificarlo e rinnovarlo. La mia esperienza nel mondo del marketing aziendale mi insegna che è necessario innovarsi se non si vuole scomparire». E tra i punti fermi, Torino sembra essere una solida location dell'evento. Tuttavia, come ha spiegato lo stesso presidente Germano, si potrebbe ipotizzare, in aggiunta, a un «Grandi Langhe itinerante in formato leggermente ridimensionato e con tappe sia nazionali sia internazionali».
Strategie future e mercati: si guarda anche al Dolcetto
Sul fronte dei mercati, nonostante l'effetto dei dazi all'import negli Stati Uniti, il Consorzio non intende disinvestire su un consolidato, ma è aperto a ogni opportunità: «Dobbiamo considerare ogni globale. L'Asia – ha sottolineato il presidente Germano – ha voglia di conoscere i nostri vini e dobbiamo trovare il giusto filone da comunicare; persino in Australia, paese produttore di vino, che consideriamo un potenziale, dal momento che è meglio andare a vendere vino dove già si produce».
Per quanto riguarda le strategie, gli occhi sono puntati anche sull'Osservatorio sul vitivinicolo presentato al Vinitaly dalla Regione Piemonte: «Riteniamo sia uno strumento estremamente interessante, fondamentale in momenti come questo – ha affermato la direttrice Spada – per consentirci di ragionare non a caso ma di scegliere dove investire in modo molto specifico». Anche puntando su vini di più facile approccio come quelli a base Dolcetto: «Tra le idee sul tavolo – ha concluso Spada – è valorizzare la differenziazione dei nostri prodotti. Non sarà un lavoro facile. Dobbiamo considerare i vari rapporti qualità-prezzo all'interno della nostra squadra di prodotti e comunicarli di conseguenza».

https://www.gamberorosso.it/notizie/vino/doc-langhe-nuova-strategia-consorzio-barolo/

NASCE IL CONSORZIO DEL NIZZA DOCG, NUOVO CAPITOLO PER IL MONFERRATO

Il Ministero dell'Agricoltura riconosce ufficialmente il Consorzio di tutela della denominazione. Stefano Chiarlo confermato presidente
Nasce ufficialmente il Consorzio del Nizza DOCG. Con decreto del Ministero dell'Agricoltura, della Sovranità alimentare e delle Foreste, datato 22 giugno 2026, la denominazione compie un passaggio decisivo nel proprio percorso di crescita, dotandosi di un Consorzio di tutela con funzioni di promozione, valorizzazione e protezione.
Il riconoscimento segna l'evoluzione dell'Associazione Produttori del Nizza, fondata nel 2002, e apre un nuovo capitolo per una delle espressioni più identitarie del Monferrato. Grazie al raggiungimento dei requisiti di rappresentatività previsti dalla normativa, il nuovo Consorzio potrà operare con efficacia erga omnes, estendendo la propria attività a beneficio dell'intera denominazione.
Il Consorzio del Nizza DOCG riconosciuto dal Ministero
Il nuovo Consorzio del Nizza DOCG avrà sede a Nizza Monferrato, in via Gobetti 5. Alla presidenza è stato confermato Stefano Chiarlo, dell'azienda Michele Chiarlo, affiancato dai vicepresidenti Gianni Bertolino, di Tenuta Olim Bauda, e Daniele Chiappone, di Erede di Chiappone Armando.
Il Consiglio di Amministrazione è composto da Francesca Bava di Bava, Gianmario Cerutti di Coppo, Clementina Cossetti di Cossetti Vini, Claudio Da Casto di Da Casto Duilio, Mauro Damerio di Damerio, Alessandro Durio di Durio Adriano, Bruno Fortunato di Cantina Sociale Tre Secoli, Stefano Gagliardo di Tenute Garetto, Susanna Galandrino di La Gironda, Lorenzo Giordano di Cantina Sociale Vinchio Vaglio, Gianluca Morino di Cascina Garitina e Diego Rodella di Cantina Sociale di Nizza Monferrato.
"Questo traguardo corona il sogno di un'associazione nata quasi venticinque anni fa, ma con radici profondissime e una comunità di produttori fortemente coesa", dichiara Stefano Chiarlo, presidente del Consorzio del Nizza DOCG.
"Il nostro primo ringraziamento va alle istituzioni per il costante supporto ricevuto, ma il grazie più grande è rivolto ai produttori: a chi ha creduto nel progetto fin dal primo giorno e a tutti coloro che hanno scelto di unirsi a noi nel corso degli anni. Il Consorzio del Nizza DOCG rappresenta una tappa fondamentale di un percorso di crescita e ambizione di cui siamo profondamente orgogliosi".
Dall'Associazione Produttori al Consorzio di tutela
Il riconoscimento del Consorzio rappresenta il punto di arrivo di un percorso iniziato oltre vent'anni fa. L'Associazione Produttori del Nizza nasce infatti nel 2002 con l'obiettivo di dare identità, coesione e prospettiva a un territorio storicamente legato alla Barbera. Il nuovo Consorzio raccoglie questa eredità e la trasforma in uno strumento più strutturato di tutela e promozione. L'obiettivo non è soltanto difendere la denominazione, ma rafforzarne il posizionamento, accompagnarne la crescita produttiva e consolidare il legame tra vino, territorio e comunità dei produttori.
"Il nostro primo obiettivo sarà quello di preservare lo spirito che ha sempre contraddistinto l'Associazione Produttori del Nizza", aggiunge Chiarlo. "Non essere soltanto un ente di tutela della denominazione, ma un luogo di confronto e di crescita per i produttori e uno strumento di valorizzazione dell'intero territorio e di tutti gli attori che ne fanno parte".
Nizza DOCG, la Barbera nel cuore del Monferrato
Il Nizza DOCG nasce nel cuore del Monferrato, all'interno del sito UNESCO "Paesaggi vitivinicoli del Piemonte: Langhe-Roero e Monferrato". È qui che il vitigno Barbera trova una delle sue espressioni più riconoscibili, grazie all'equilibrio tra suoli, clima e tradizione vitivinicola.
La storia della denominazione è fatta di passaggi progressivi. Nel 2000 viene riconosciuta la sottozona Nizza all'interno della Barbera d'Asti Superiore. Poi, nel 2002 nasce l'Associazione Produttori del Nizza. Nel 2008 la Barbera d'Asti ottiene la DOCG con un disciplinare più rigoroso. Il 2014 segna invece la svolta, con la nascita della denominazione Nizza DOCG, l'introduzione della versione Riserva e

della menzione Vigna. Oggi il Consorzio rappresenta 97 aziende socie che producono Nizza da vigneti situati nei 18 comuni dell'area di produzione, con fulcro a Nizza Monferrato.

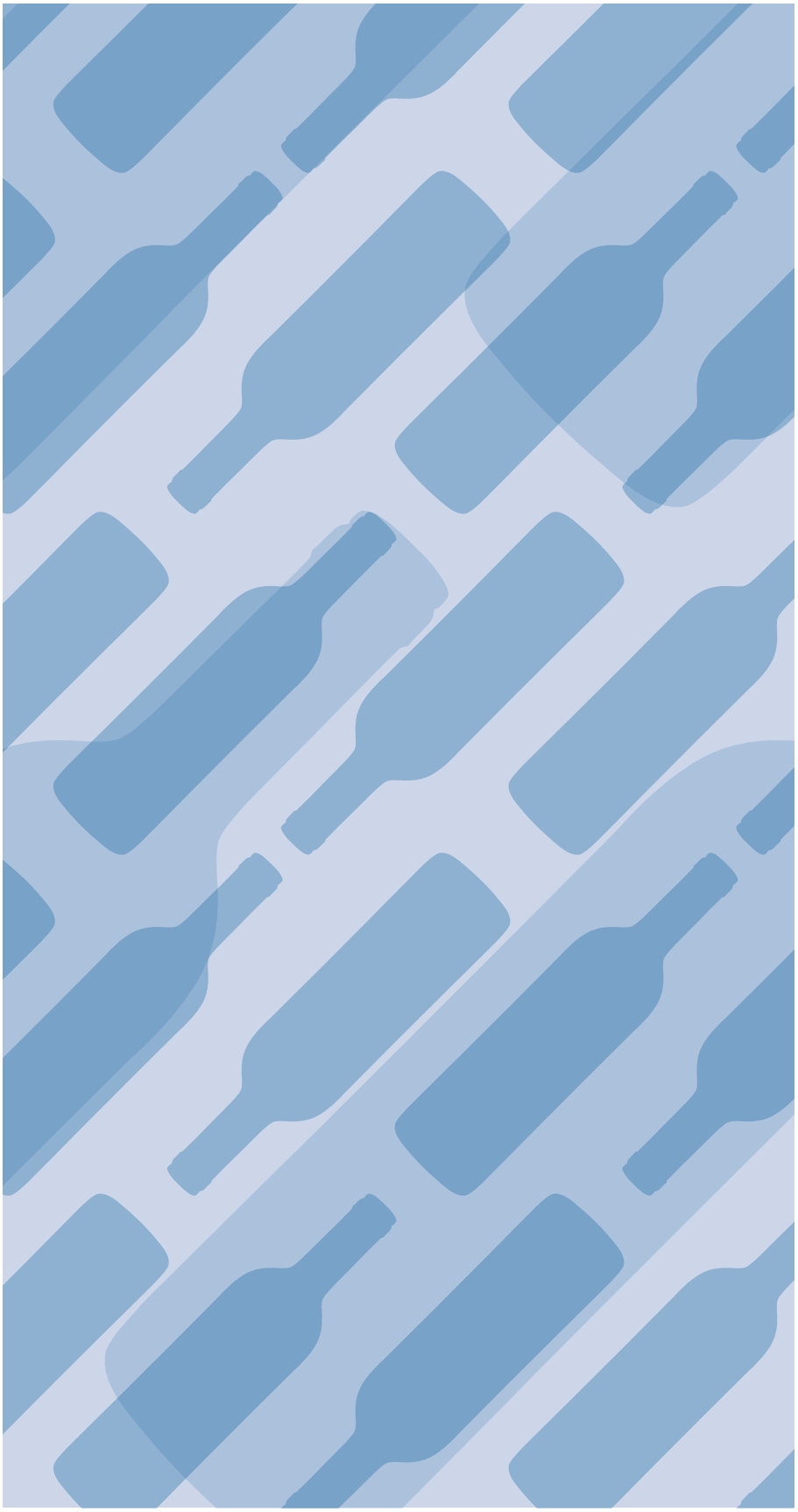
I numeri del Nizza DOCG

I dati confermano la solidità del progetto. Nel 2025 il Nizza DOCG ha raggiunto circa 1 milione di bottiglie vendute, con oltre 180 etichette e un valore complessivo stimato intorno ai 30 milioni di euro. L'export rappresenta il 55% delle vendite, con una forte concentrazione nel canale *Ho.Re.Ca*. e una presenza in oltre 40 mercati internazionali. Tra le aree più rilevanti figurano Svizzera, Nord Europa, Regno Unito e Nord America. Sono numeri che raccontano una denominazione ancora giovane, ma già capace di muoversi con chiarezza sui mercati, puntando su identità territoriale, qualità produttiva e riconoscibilità del vitigno.

Obiettivo 4-5 milioni di bottiglie

Le prospettive di crescita restano significative. Nell'area di produzione sono presenti circa 720 ettari ancora potenzialmente rivendicabili come Nizza DOCG, un patrimonio che potrebbe consentire un incremento importante della produzione nei prossimi anni.

"Il nostro obiettivo di lungo periodo è raggiungere una produzione di 4-5 milioni di bottiglie", conclude Stefano Chiarlo. "Vogliamo farlo mantenendo intatta la nostra identità e coinvolgendo un numero sempre maggiore di aziende che scelgono di investire nel territorio. Ci proponiamo come un Consorzio inclusivo, aperto a chiunque condivida la nostra visione".

Con il riconoscimento ufficiale del Consorzio, il Nizza DOCG entra quindi in una nuova fase. Una denominazione nata dal lavoro condiviso dei produttori e oggi chiamata a rafforzare il proprio ruolo nel panorama vitivinicolo piemontese e internazionale, custodendo il legame tra la Barbera, il Monferrato e le persone che ogni giorno ne costruiscono il valore.

https://www.igrandivini.com/news/nasce-consorzio-nizza-docg-monferrato/