Viticoltura rigenerativa, otto grandi buyer fanno squadra: 400 milioni di bottiglie per cambiare il mercato

scritto da Emanuele Fiorio | 20 Novembre 2026



Otto grandi operatori internazionali, 400 milioni di bottiglie commercializzate ogni anno e un obiettivo ambizioso: portare al 10% la quota dei vigneti mondiali gestiti con pratiche rigenerative entro il 2035. Il nuovo Regenerative Accelerator Group punta a coinvolgere direttamente chi acquista vino, trasformando la domanda commerciale in una leva concreta per accelerare la transizione agricola.

La transizione verso una viticoltura più sostenibile potrebbe

avere bisogno di qualcosa in più delle convinzioni dei produttori e delle buone pratiche agronomiche: la certezza che esista un mercato disposto a riconoscere e acquistare i vini ottenuti attraverso questo percorso. È da questa considerazione che **nasce il Regenerative Accelerator Group**, un'alleanza internazionale che prova a **intervenire su uno dei principali ostacoli alla diffusione della viticoltura rigenerativa**: la mancanza di una domanda commerciale sufficientemente strutturata.

L'iniziativa, promossa dalla Regenerative Viticulture Foundation (RVF), è stata presentata il 20 ottobre a Londra, durante la conferenza Sustainability in Drinks, e **riunisce otto importanti realtà della distribuzione, della vendita al dettaglio e della ristorazione**, tra Regno Unito, Europa e Stati Uniti. I firmatari fondatori sono Berry Bros. & Rudd, Erewhon, Haggen, Levy UK & Ireland, Systembolaget, The Wine Society, Total Wine & More e Waitrose.

La dimensione dell'operazione è significativa: secondo quanto dichiarato da Anne Jones, development director della RVF, **le otto organizzazioni commercializzano complessivamente circa 400 milioni di bottiglie all'anno**. Una capacità di influenza che, se accompagnata da impegni concreti, potrebbe contribuire a orientare le scelte di approvvigionamento di un numero crescente di produttori.

L'obiettivo condiviso è sostenere la visione della Foundation: **portare entro il 2035 al 10% la superficie vitata mondiale gestita con pratiche rigenerative.** Non si tratta, almeno per il momento, di un impegno a destinare una quota prestabilita degli acquisti a questi vini, ma di un programma che punta a costruire progressivamente criteri, obiettivi e strumenti di misurazione.

Il problema non è soltanto come produrre,

ma chi comprerà

La questione commerciale è il vero punto di partenza dell'iniziativa. Stephen Cronk, cofondatore della RVF, ha raccontato che l'idea è maturata attraverso il confronto con i viticoltori coinvolti nell'One Block Challenge, il programma della Foundation che invita i produttori a sperimentare pratiche rigenerative su una singola parcella, senza dover modificare immediatamente l'intera gestione aziendale.

I partecipanti, pur comprendendo le motivazioni scientifiche e ambientali della transizione, continuavano a porre una domanda: **dove si trova la domanda di mercato?** I loro clienti, infatti, non chiedevano ancora vini provenienti da vigneti gestiti con questi criteri.

Una difficoltà che rischia di trasformarsi in un freno agli investimenti. Cambiare gestione agronomica richiede tempo, competenze e risorse, mentre i benefici possono manifestarsi progressivamente e non sempre sono immediatamente traducibili in un vantaggio economico.

Da qui la scelta di **coinvolgere direttamente gli acquirenti.** Ciascun firmatario dovrà concordare con la RVF un obiettivo coerente con la propria attività, condividere dati, rendicontare annualmente i progressi e mettere a disposizione competenze e risorse per lo sviluppo del programma.

Un primo segnale concreto arriva da Erewhon, catena statunitense di negozi alimentari con sede a Los Angeles, che ha annunciato l'intenzione di **riservare una percentuale dello spazio espositivo ai vini provenienti da vigneti rigenerativi**. Waitrose, invece, ha già introdotto linee guida rigenerative nella propria tenuta agricola di Leckford, in Hampshire, che comprende anche un vigneto.

Niente nuove certificazioni: la priorità è misurare i risultati

Uno degli aspetti più delicati riguarda la definizione stessa di viticoltura rigenerativa. Attualmente, infatti, non esiste una definizione universalmente condivisa né nel Regno Unito né nell'Unione europea. Il Comitato economico e sociale europeo, in un parere del 2025 dedicato all'agricoltura rigenerativa, ha evidenziato la presenza di oltre cento definizioni differenti e la necessità di arrivare a un quadro comune fondato su risultati misurabili e verificabili.

Un riferimento istituzionale esiste in California, dove nel gennaio 2025 il State Board of Food and Agriculture ha approvato una raccomandazione sulla definizione di agricoltura rigenerativa per le politiche e i programmi pubblici. Non si tratta, tuttavia, di uno standard di certificazione.

La RVF ha deciso di non introdurre un ulteriore marchio. L'intenzione è piuttosto valorizzare le certificazioni e i dati già disponibili, evitando di appesantire ulteriormente il lavoro amministrativo delle aziende vitivinicole, molte delle quali possiedono già tre o quattro attestazioni differenti.

Il problema, come ha spiegato Anne Jones, è che i produttori raccolgono numerose informazioni sulle proprie attività, ma raramente i compratori le richiedono in modo strutturato o sanno come utilizzarle.

La prima sfida del gruppo sarà quindi stabilire quali risultati in termini di salute del suolo possano essere considerati sufficientemente rappresentativi di una gestione rigenerativa. Un gruppo tecnico composto da produttori, ricercatori ed esperti di salute del suolo lavorerà alla **definizione dei criteri, delle soglie e delle evidenze necessarie.**

Dal 2027 gli impegni dovranno diventare operativi

Il calendario prevede che da novembre la RVF avvii il confronto con buyer, viticoltori ed esperti per definire i criteri di valutazione, verificare le condizioni di partenza delle aziende aderenti e costruire un sistema di monitoraggio comune. **Gli obiettivi individuali e i relativi piani operativi dovranno poi entrare nella fase di attuazione dal 2027.** L'ambizione di Anne Jones è presentare i dati di partenza e i primi target in occasione della prossima edizione di Sustainability in Drinks.

Il percorso dovrà comunque mantenere alcune garanzie. L'adesione al gruppo non costituisce un'approvazione da parte della RVF delle aziende partecipanti, dei loro vini o delle rispettive dichiarazioni ambientali, che dovranno essere sostenute da evidenze verificabili. Inoltre, ciascun operatore conserverà piena autonomia nella definizione dei prezzi, nella scelta dei fornitori e nell'inserimento dei prodotti in assortimento. Non è prevista alcuna forma di coordinamento degli acquisti o di condivisione di informazioni commercialmente sensibili tra concorrenti.

Elementi utili per il vino italiano: la sostenibilità deve arrivare fino allo scaffale

L'iniziativa contiene un'indicazione interessante anche per le imprese vitivinicole italiane. Da anni il settore investe in sostenibilità, certificazioni, riduzione degli input chimici, tutela della biodiversità e gestione delle risorse idriche. Tuttavia, **il passaggio dalle pratiche agricole alla loro valorizzazione commerciale rimane spesso incompleto**.

Il modello promosso dalla RVF suggerisce di **superare una visione nella quale ogni produttore procede individualmente**,

cercando successivamente di comunicare al mercato il valore delle proprie scelte. Consorzi di tutela, organizzazioni di produttori, distributori, gruppi della grande distribuzione e associazioni di categoria potrebbero lavorare insieme per individuare indicatori condivisi, raccogliere evidenze e coinvolgere gli acquirenti già nelle prime fasi della transizione.

La questione, però, non si esaurisce nella comunicazione. Perché la viticoltura rigenerativa diventi un'opportunità economica occorre capire **chi è disposto a riconoscerne il valore, attraverso quali condizioni di acquisto e con quale prospettiva di remunerazione per il produttore**. Senza questo passaggio, il rischio è che i costi e i rischi della trasformazione rimangano prevalentemente a carico delle aziende agricole.

La vera novità del Regenerative Accelerator Group è proprio questa: provare a responsabilizzare anche chi sta a valle della filiera. Per il vino italiano, abituato a costruire gran parte della propria competitività sulla reputazione dei territori e sull'identità produttiva, la sfida potrebbe essere **trasformare la sostenibilità da elemento di differenziazione narrativa a criterio concreto nelle decisioni di acquisto**. Perché non basta produrre meglio: bisogna anche costruire un mercato che renda economicamente possibile continuare a farlo.

Punti chiave:

1. **Otto buyer internazionali fanno squadra:** Berry Bros. & Rudd, Erewhon, Haggen, Levy UK & Ireland, Systembolaget, The Wine Society, Total Wine & More e Waitrose.
2. **Una forza commerciale rilevante:** i firmatari commercializzano complessivamente circa 400 milioni di bottiglie all'anno.

3. **Obiettivo 2035:** sostenere la diffusione della viticoltura rigenerativa fino a raggiungere il 10% dei vigneti mondiali.
4. **Nessuna nuova certificazione:** il progetto punta a valorizzare gli standard esistenti e a definire criteri condivisi per misurare la salute del suolo.
5. **Dal 2027 gli impegni diventano operativi:** ogni buyer definirà obiettivi specifici, condivisione dei dati e rendicontazione annuale dei progressi.