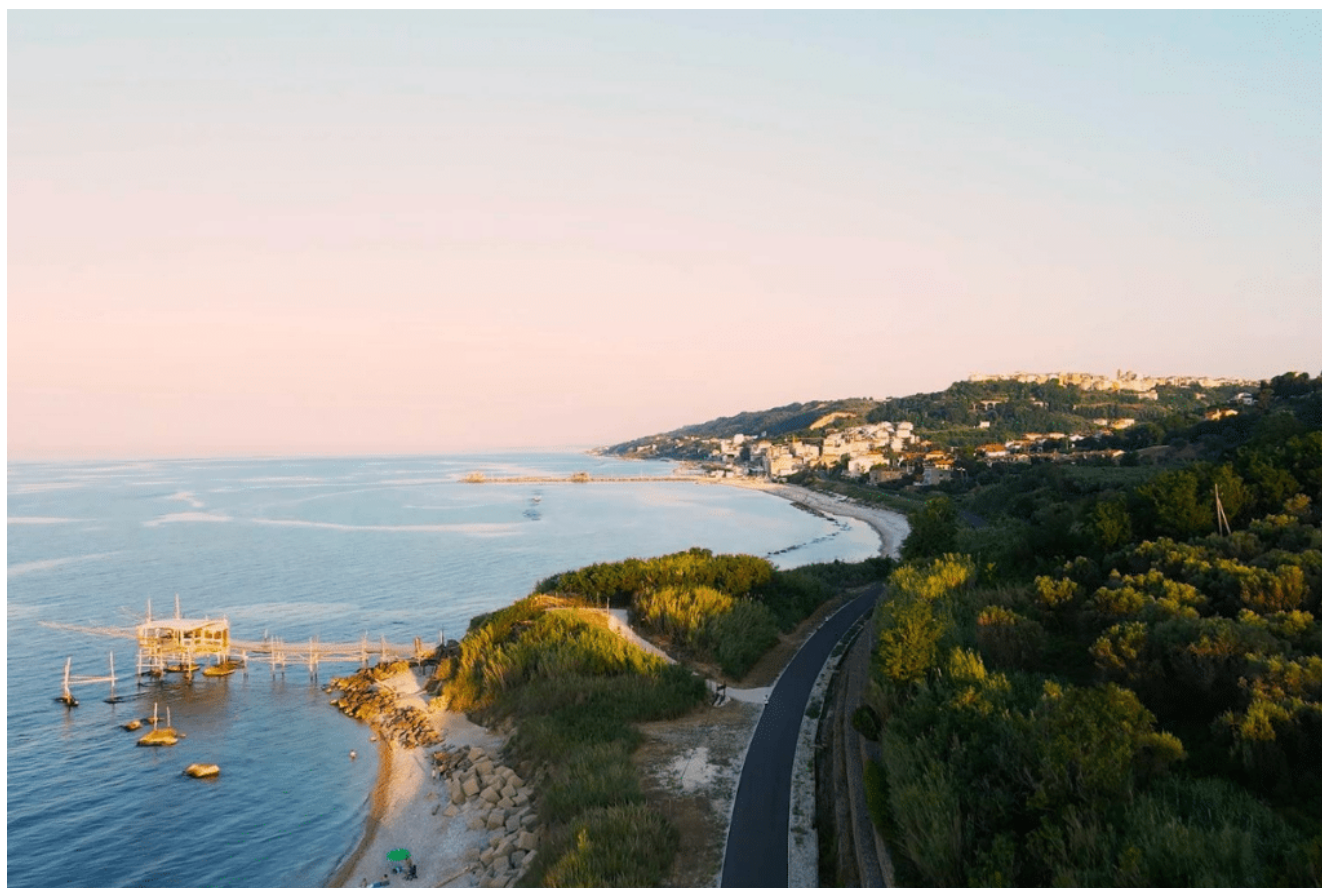


Cantina Frentana: la sostenibilità del territorio passa attraverso la valorizzazione delle sue specificità e la capacità di accogliere il turista

scritto da Claudia Meo | 4 Agosto 2026



Cantina Frentana punta su due progetti complementari per la sostenibilità del territorio: uno studio triennale di zonazione, condotto con università e specialisti, per pianificare la viticoltura futura, e un investimento nell'accoglienza enoturistica con un nuovo punto vendita di 180 mq. Il direttore Felice Di Biase spiega come le due strategie mirino a valorizzare il territorio e garantire

economicità per i soci.

La sfida cooperativa ruota intorno ad alcune priorità: garantire che il territorio continui a produrre reddito, preservando il valore dei vigneti e creando crescenti opportunità economiche per i soci. È questa la chiave con cui Cantina Frentana sta delineando le proprie linee strategiche: da una parte uno studio di zonazione che, nei prossimi tre anni, ridisegnerà la distribuzione delle diverse colture e la programmazione dei nuovi impianti, dall'altra, un importante investimento sull'accoglienza in cantina, destinato a rafforzare Cantina Frentana come punto di riferimento dell'hospitality enoturistica sulla Costa dei Trabocchi; due progetti che, nelle parole del direttore Felice Di Biase, non rappresentano percorsi paralleli, ma parti di una stessa visione.

Direttore, Frentana ha avviato due percorsi distinti, l'uno volto alla gestione del vigneto, l'altro alla valorizzazione dell'accoglienza in cantina. Qual è la logica unitaria che lega queste due linee di sviluppo?

Il filo che le lega è molto evidente: la sostenibilità del territorio. Oggi tutti parlano di sostenibilità, ma per una cooperativa significa soprattutto riuscire a garantire un futuro ai propri soci. Se il mercato cambia, se i consumi diminuiscono e la redditività si riduce, noi non possiamo limitarci a gestire il presente. Dobbiamo creare le condizioni perché questo territorio continui a essere competitivo tra dieci o vent'anni.

Per questo la zonazione e l'enoturismo sono due facce della stessa medaglia. La prima ci permette di capire come produrre meglio; il secondo ci aiuta a dare più valore a quello che

produciamo. Una cooperativa come la nostra non può permettersi investimenti che non abbiano una ricaduta concreta sul territorio. Ogni scelta deve tradursi in maggiore sostenibilità economica.

Partiamo dalla zonazione. In senso stretto, può essere vista come uno strumento per migliorare la qualità delle uve. Dalle sue parole, invece, emerge una funzione molto più strategica.

Infatti, non stiamo facendo questo imponente lavoro semplicemente per ottenere vini migliori. Stiamo cercando di capire come dovrà evolvere la nostra viticoltura. Oggi, a seguito della fusione con Cantina San Giacomo gestiamo **oltre 1.300 ettari, distribuiti lungo la costa chietina.** È impensabile affrontare una realtà di queste dimensioni senza una conoscenza scientifica del territorio. Fino a oggi abbiamo dato indicazioni basate sull'esperienza; in un domani molto vicino vogliamo poter dire a un socio, dati alla mano, **quale vitigno piantare, quale portainnesto utilizzare, quale forma di allevamento adottare.**

Lo studio durerà tre anni e coinvolgerà il nostro gruppo agronomico insieme a team dell'Università di Teramo, dell'Università di Bologna, una società high-tec che produce piattaforme per l'agricoltura di precisione, e diversi specialisti, tra cui geologi e botanici. Ci stiamo confrontando con esperienze importanti, come quelle sviluppate in Trentino-Alto Adige, perché crediamo che oggi programmare sia molto più importante che rincorrere i problemi.

Il punto è semplice: se continuiamo a investire senza sapere quali aree sono realmente vocate e per quali uve, rischiamo di compromettere la redditività futura. Se un domani sarà necessario ridurre alcune superfici, dovremo sapere dove

farlo. Non possiamo permetterci interventi indistinti. Dobbiamo valorizzare i terreni migliori e aiutare i soci a investire dove esistono reali prospettive.

La stessa logica sembra guidare anche il progetto dedicato all'enoturismo. Quali sono le motivazioni che vi hanno spinto ad avviare il nuovo progetto di accoglienza?

Siamo convinti che il vino da solo non basti più. Oggi chi arriva in un territorio vuole vivere un'esperienza, capire dove nasce quel vino, conoscere le persone che lo producono. Non compra soltanto una bottiglia: compra un pezzo di territorio.

Per questo abbiamo deciso di realizzare **un nuovo punto vendita, sostenuto in parte da un progetto di filiera** del PNRR e in parte da risorse interne della cooperativa. Sarà il punto di accoglienza per tutti i percorsi di visita: dal nuovo punto vendita, che avrà un'estensione di 180 mq, prenderanno avvio tutte le esperienze dedicate ai visitatori, in cantina, nei vigneti, nella Torre Vinaria; per la degustazione, ci sarà una nuova sala dedicata, che sarà collocata al piano superiore del punto vendita.

Sarà un luogo pensato non solo per i nostri vini, ma anche per tutti i prodotti del territorio e tutto ciò che racconta la Costa dei Trabocchi. Ci saranno anche spazi dedicati a chi desidera semplicemente degustare o acquistare, senza affrontare l'intero itinerario. Per rendere accattivante e moderno lo shop pensiamo di corredare l'offerta d'acquisto anche con dei gadget brandizzati, che sappiamo riscuotono molto successo in altri contesti turistici, soprattutto all'estero.

Per una cooperativa non è un investimento banale. Quando si

parla di investimenti, i soci giustamente vogliono capire quali risultati porteranno. Noi siamo convinti che questo progetto non rappresenti un costo, ma un modo per aumentare il valore del territorio e, di conseguenza, anche quello delle produzioni dei nostri conferitori.

La Costa dei Trabocchi è protagonista della strategia di accoglienza di Cantina Frentana. Quanto è cambiato il suo potenziale turistico negli ultimi anni?

La partenza del Giro d'Italia del 2023, proprio qui dalla Costa dei Trabocchi, ha acceso i riflettori su un territorio che fino a pochi anni fa era poco conosciuto. Oggi i turisti arrivano perché qui trovano qualcosa di autentico: un paesaggio unico, vigneti affacciati sul mare, oliveti, una cucina straordinaria e un patrimonio culturale come quello dei trabocchi.

L'offerta comincia ad aumentare e i turisti vengono sempre più numerosi. Noi **siamo l'unica cooperativa della Costa dei Trabocchi** e molti proprietari dei trabocchi sono nostri soci. Il nostro, è un legame naturale. Già nel 2010 abbiamo depositato il marchio Costa dei Trabocchi perché credevamo profondamente nell'identità di quest'area. Oggi vedere che sempre più operatori utilizzano quel nome non ci preoccupa, anzi significa che il territorio sta acquisendo forza.

Da parte nostra, desideriamo far sentire il turista a casa, fare in modo che stia bene in un luogo paesaggisticamente unico, e ciononostante ancora con molto da scoprire. Desideriamo che viva l'esperienza e che ne ricavi una convinzione: il vino, se consumato correttamente, non è dannoso, al contrario, è uno strumento che può e deve aiutare un territorio a vivere, preservarsi e crescere di valore.

Come territorio e come cantina, la sfida dei prossimi anni è

quella di trasformare questa notorietà e queste prospettive in sviluppo stabile. Dobbiamo lavorare sulla destagionalizzazione, sui cammini, sul cicloturismo, su tutto ciò che permette alle persone di vivere la Costa dei Trabocchi anche fuori dai mesi estivi.

Perché, alla fine, è proprio questo il punto. Un territorio rimane vivo se riesce a generare economia. **La zonazione serve a proteggerne il valore agricolo; l'enoturismo ad aumentarne il valore percepito.** Solo facendo crescere entrambe queste dimensioni possiamo garantire un futuro ai nostri soci e lasciare alle prossime generazioni una viticoltura ancora competitiva.

Punti chiave

1. **Zonazione triennale in corso su oltre 1.300 ettari**, con università e specialisti, per pianificare vitigni e impianti futuri.
2. **Nuovo punto vendita da 180 mq**, finanziato anche dal PNRR, come hub per tutte le esperienze turistiche in cantina.
3. **Costa dei Trabocchi cresce come meta turistica dal 2023**, grazie alla partenza del Giro d'Italia da quel territorio.
4. **Obiettivo destagionalizzazione attraverso cicloturismo e cammini**, per estendere l'attrattività oltre l'estate.