

Dividere o unire? Il caso Cava

scritto da Stefano Montibeller | 27 Febbraio 2026



Il caso Cava riapre il dibattito tra frammentazione e identità collettiva. Nuove realtà come Corpinnat e DO Penedès nascono per alzare l'asticella e recuperare credibilità, in risposta a prezzi medi bassi e segnali di calo dell'export. Ma troppe classificazioni rischiano di confondere il consumatore, indebolendo il messaggio del territorio.

Recentemente un approfondimento pubblicato da Wine-Searcher ha analizzato la nascita di nuove realtà come **Corpinnate** la **DO Penedès**, create da alcuni produttori fuoriusciti dalla storica DO Cava. L'obiettivo dichiarato non è rompere con il passato, ma restituire valore e credibilità allo spumante spagnolo. Perché il problema, oggi, è soprattutto economico.

Tra il 2009 e il 2025 gli spumanti spagnoli sono cresciuti

solo del **22%**, mentre quelli italiani sono esplosi con un **+276%** e i francesi con un **+74%**. Ancora più significativo è il **prezzo medio**: circa **3,76 dollari al litro** per la Spagna, contro oltre **22** per la Francia. Negli ultimi mesi, inoltre, il Cava ha registrato un calo dell'export sia in valore sia in volume.

Tradotto: un vino prodotto con **metodo classico**, costoso e lungo da realizzare, viene spesso percepito e venduto come una **commodity**.

Naturalmente le cause non sono solo identitarie, pesano distribuzione, posizionamento nella GDO e concorrenza internazionale, ma molti produttori hanno iniziato a chiedersi se il problema non sia anche di **reputazione collettiva**.

Da qui la scelta di **alzare l'asticella**: biologico obbligatorio, territori più ristretti, uve autoctone, regole più severe. Non tanto per distinguersi dal vicino, quanto per ricostruire prestigio. Come a dire: se cresce la reputazione di tutti, cresce anche il valore di ciascuno.

Ed è qui che la questione supera il caso spagnolo e tocca un tema più ampio: un territorio funziona davvero quando riesce a fare **comunità**.

Recentemente, parlando con un produttore trentino, è emerso un paragone interessante con la **Borgogna**. Lì le suddivisioni sono molte. Eppure in alcuni casi non vengono vissute come un ostacolo. Se il vicino possiede un **Grand Cru**, non è per forza un rivale: il suo prestigio contribuisce ad alzare la percezione di tutta la vigna, e anche i vigneti accanto ne beneficiano.

Quando una denominazione nasce per rafforzare l'**identità comune**, allora può diventare un moltiplicatore di valore. In fondo è ciò che è accaduto alle grandi aree che oggi diamo per scontate. **Champagne** è prima di tutto un nome forte, lo stesso vale per **Prosecco**. All'interno esistono differenze e

sottozone, ma verso l'esterno il messaggio resta semplice: un territorio.

Il punto, però, è trovare il **giusto equilibrio**. Perché se dividere può aiutare a raccontare meglio la qualità, complicare troppo il linguaggio rischia di allontanare chi compra. Troppe sigle, troppe menzioni e troppe categorie possono trasformarsi in rumore davanti allo scaffale. Come ha osservato Cheron Cowan, beverage director del ristorante Craft, nello stesso articolo: "Anche da professionista trovo le nuove classificazioni un po' complesse". Se lo pensa chi lavora nel settore, è facile immaginare lo smarrimento del consumatore medio.

Il caso catalano resta interessante. Non tanto per capire chi avrà ragione tra Cava e le nuove denominazioni, ma per osservare se riusciranno davvero a rafforzare l'**identità collettiva del territorio**. Perché, alla fine, il valore non nasce da un singolo, ma da quanto i produttori decidono di crescere insieme.

Punti chiave

1. **Prezzo medio: 3,76 \$/litro** – Metodo classico percepito come commodity, valore economico insufficiente.
2. **Nuove denominazioni: Corpinnat e DO Penedès** con regole più severe per recuperare credibilità e prestigio.
3. **Crescita export: Spagna +22% (2009–2025)**, distacco rispetto a Italia e Francia, competitività da ripensare.
4. **Reputazione collettiva:** Se cresce l'immagine comune, cresce il valore dei singoli.
5. **Rischio complessità:** Classificazioni difficili anche per i professionisti, confusione allo scaffale.

