

Farina Wines rinnova la Linea Classici: il volto contemporaneo delle denominazioni del territorio

scritto da Stefano Montibeller | 15 Marzo 2026



Farina Wines, storica cantina della Valpolicella Classica, rilancia la Linea Classici con un restyling che abbraccia nuova bottiglia borgognotta alleggerita, materiali sostenibili e uno stile orientato a freschezza e bevibilità. Otto etichette, circa 500 mila bottiglie l'anno, per una gamma che punta a essere più contemporanea e riconoscibile senza rinunciare all'identità territoriale.

C'è un modo intelligente di rinnovarsi nel vino; quello di non inseguire le mode, ma capire come cambiano linguaggi, consumi e sensibilità, restando fedeli alla propria identità. È la

direzione scelta da **Farina Wines**, storica azienda della Valpolicella Classica, che con la nuova **Linea Classici** mette mano a una delle gamme più rappresentative della propria produzione e la ripensa in chiave più contemporanea.

Il progetto nasce infatti per dare maggiore coerenza, riconoscibilità e forza a una linea che attraversa territori diversi, dalla **Valpolicella Classica** al **Lago di Garda**, fino al **Soave**, e che oggi vuole presentarsi al mercato con un'immagine più definita, fresca e autorevole.

Il primo cambiamento è visibile nella bottiglia: via la bordolese, spazio a una **borgognotta alleggerita da 400 grammi**, scelta che da una parte punta a dare più presenza e personalità sullo scaffale, dall'altra si inserisce in una logica concreta di sostenibilità. Meno peso significa infatti minore impatto nei trasporti, senza rinunciare a un aspetto curato. Nella stessa direzione si muovono anche la **capsula in polilaminato** e la scelta di una carta naturale come la **White Cotton Plus**, che rafforza l'idea di una gamma pensata nei dettagli, anche sul piano tattile e visivo.

La nuova Linea Classici, però, racconta soprattutto il tentativo di Farina Wines di interpretare un consumatore diverso rispetto al passato: più giovane, più dinamico, più attento all'immagine ma anche alla sostanza del vino. Un consumatore che cerca bottiglie immediate e riconoscibili.

In questa chiave si legge anche lo stile dei vini, orientato verso **freschezza, bevibilità e pulizia espressiva**, pur mantenendo quella identità che appartiene da sempre alla firma della cantina.

Durante la visita, Elena Farina ha raccontato come il restyling della gamma sia stato pensato per dare ai Classici un'immagine più fresca e più in sintonia con il presente, senza forzare il racconto del territorio.



La
li
ne
a
co
mp
re
nd
e
et
ic
he
tt
e
ce
nt
ra
li
pe
r
l'
of
fe
rt
a
az
ie
nd
al
e,
da
l
**Va
lp
ol
ic
el**

la
Cl
as
si
co
DO
C
al
V
al
po
li
ce
ll
a
Ri
pa
ss
o
Cl
as
si
co
Su
pe
ri
or
e
DO
C,
pa
ss
an
do
pe
r
Ba

rd
ol
in
o
Cl
as
si
co
,
Ch
ia
re
tt
o
di
Ba
rd
ol
in
o,
C
us
to
za
,
Lu
ga
na
,
So
av
e
Cl
as
si
co
e

**P
in
ot
Gr
ig
io
de
ll
e
Ve
ne
zi
e,
e
ra
pp
re
se
nt
a
un
a
pr
od
uz
io
ne
si
gn
if
ic
at
iv
a,
ci
rc
a**

Farina Wines, inoltre, da tempo sta lavorando su un'idea di evoluzione che coinvolge più livelli. Non solo il vino, ma anche l'accoglienza con più di 10.000 enoturisti solo nel 2025, l'esperienza in cantina e il dialogo con il territorio. Una crescita che non cancella la matrice familiare e territoriale dell'azienda, ma la accompagna verso una forma più contemporanea.

Con la nuova Linea Classici, Farina Wines lavora su un terreno sempre più decisivo per il vino "moderno": quello in cui identità territoriale, stile e capacità di presentarsi al mercato devono convivere in modo credibile. Il risultato è una gamma che prova a essere più attuale senza diventare generica e più immediata senza perdere profondità.

Punti chiave

1. **Nuova bottiglia borgognotta** da 400g sostituisce la bordolese: più personalità sullo scaffale e minor impatto ambientale nei trasporti.
2. **Sostenibilità nei dettagli:** capsula in polilaminato e

carta naturale White Cotton Plus per una gamma curata anche sul piano visivo e tattile.

3. **Stile orientato a freschezza e bevibilità**, pensato per un consumatore più giovane, dinamico e attento all'immagine oltre che alla sostanza.
4. **Otto etichette e 500 mila bottiglie** l'anno: dalla Valpolicella Classica al Lugana, dal Soave al Pinot Grigio delle Venezie.
5. **Enoturismo in crescita**: oltre 10.000 visitatori nel 2025, segno di un'evoluzione che coinvolge accoglienza, esperienza e dialogo con il territorio.