

Amarone Opera Prima, tra identità e coraggio: voce alle aziende protagoniste

scritto da Emanuele Fiorio | 2 Febbraio 2026



Un viaggio corale nel cuore della Valpolicella attraverso le voci dei protagonisti di Amarone Opera Prima. Dai segreti tecnici per domare il cambiamento climatico alla sensibilità verso i nuovi stili di consumo, i produttori raccontano l'evoluzione di un mito. Un'analisi profonda tra innovazione, sostenibilità e il nuovo linguaggio esperienziale dedicato alla Generazione Z.

Non è solo un cambio di indirizzo quello che ha portato i 67 produttori del Consorzio Tutela Vini Valpolicella alle **Gallerie Mercatali** per l'anteprima dell'**Amarone 2021**. È un cambio di passo, una dichiarazione di intenti.

Ho voluto raccogliere le **testimonianze dirette dei professionisti presenti ad “Amarone Opera Prima”** per tastare il polso del mercato e realizzare un quadro del frangente attuale e delle sfide che stanno affrontando le aziende produttrici del “Re della Valpolicella”.

In uno spazio ampio, funzionale e marcatamente urbano, l'evento ha messo in luce un distretto capace di interrogarsi sul proprio futuro senza rinnegare un passato glorioso. **L'annata 2021** si presenta come un millesimo di grande equilibrio, figlio di un percorso climatico complesso che ha costretto i produttori a un esercizio di precisione chirurgica, sia in vigna che in appassimento.

La sfida del clima: governare la potenza

Il tema del **cambiamento climatico** non è più un'ipotesi, ma la variabile fissa del lavoro quotidiano. I produttori presenti hanno descritto un 2021 caratterizzato da picchi di calore che hanno richiesto una gestione attenta per evitare l'eccesso di alcolicità e la perdita di acidità.

Il messaggio è chiaro, la parola d'ordine è **mitigazione**. «Il cambiamento climatico ci obbliga a ripensare le fasi produttive – spiega Chiara Guardini, Hospitality & Communication di **Santa Sofia** – con **vendemmie anticipate** per preservare la freschezza e tempi di appassimento leggermente più brevi per mantenere un grado zuccherino controllato». L'obiettivo è un Amarone che non sia più solo un vino “muscolare”, ma un prodotto capace di regalare **scorrevolezza e profondità**.

Dello stesso avviso è Dario Sonato, Hospitality Specialist & Ambassador di **Oniwines**, che porta l'attenzione su un dato tecnico allarmante ma gestibile: «Le temperature sopra la media durante l'autunno e l'inverno portano a una perdita d'acqua nell'uva che passa dal classico 30% a quasi il **40%** durante l'appassimento. Questo rischia di sbilanciare il vino». La soluzione adottata è la ricerca di una **beva più**

agile, quasi “scarica” rispetto ai canoni del passato, mantenendo il residuo zuccherino sotto i 2 grammi per garantire un profilo **completamente secco**.

Qualità e rigore: il coraggio del declassamento

In un contesto dove spesso si tende a lodare ogni annata, emerge la voce fuori dal coro di **Marco Fasoli, Direttore Commerciale di Tinazzi**. Con un approccio improntato alla **massima onestà intellettuale**, Fasoli sottolinea come la qualità non possa essere negoziata: «Non è tutto rose e fiori. Noi, come marchio Tinazzi, abbiamo fatto una scelta drastica: **presentiamo l'annata 2017**, non la 2021 perché non ha raggiunto i nostri standard qualitativi. Preferiamo declassare il prodotto piuttosto che uscire con un vino che non rappresenti l'eccellenza che il mercato si aspetta da noi».

Questa testimonianza evidenzia una tendenza sempre più marcata tra i top brand: **la tutela dell'identità del marchio** passa per la capacità di dire di no a un'annata se il clima non ha permesso la perfezione. Fasoli spiega inoltre come l'azienda stia investendo massicciamente nello **studio agronomico** (collaborando con la Fondazione Edmund Mach di S. Michele All'Adige) per monitorare la maturazione polifenolica e adattare la tecnica dell'appassimento alle nuove condizioni termiche, puntando su cru come **Poderi Campopian**, situati ad altitudini elevate per cercare mineralità e freschezza.

La tecnologia al servizio dell'acidità

Se l'Amarone è per definizione un vino di struttura, l'enologia moderna sta lavorando per renderlo più vibrante. **Michele Gamba**, enologo di **Gerardo Cesari**, sottolinea l'importanza della **spalla acida** e del controllo del pH: «Oggi la sfida è realizzare un Amarone che, nonostante i 15 o 16 gradi alcolici, risulti fresco. Questo si ottiene con

accortezze in campo, ma anche con **tecnologie di deumidificazione** nei fruttai che permettono un appassimento lento e costante, preservando i profumi varietali».

Anche la **Cantina Monte del Frà** ha fatto una scelta di campo precisa, come spiega la co-titolare **Marica Bonomo**, puntando sulla **zonazione e sull'altitudine**. I vigneti situati a quote più elevate godono di escursioni termiche che diventano fondamentali per contrastare il surriscaldamento, donando al calice note minerali e una pulizia di bocca che invita al secondo bicchiere.

Vitigni minori e biodiversità: il segreto del blend

L'Amarone 2021 riscopre anche il valore dei cosiddetti "vitigni minori". Se Corvina e Corvinone restano i pilastri, varietà come l'**Oseleta** e la **Croatina** giocano un ruolo di "equilibratori naturali". **Piergiorgio Morini**, Responsabile enologico di **Ilatium Morini**, spiega il valore di questa scelta agronomica: «L'Oseleta ci regala una **tannicità fondamentale**, mentre la Croatina apporta morbidezza. Non sono retaggi del passato, ma strumenti necessari per dare complessità e resistenza a un vino che deve affrontare un mercato sempre più esigente». Queste uve, seppur difficili da coltivare e meno produttive, rappresentano l'**autenticità territoriale** che i consumatori internazionali cercano oggi in una bottiglia di pregio.

Amarone e Generazione Z: un nuovo linguaggio

Uno dei temi più caldi di questa edizione è stato la presunta disaffezione dei giovani nei confronti dei grandi rossi e la ricerca di vini meno impegnativi, più freschi, immediati e di facile beva. Ho voluto sondare l'opinione di un diretto interessato, il giovane **Francesco Giacomelli**, impiegato

commerciale di **Monte del Frà**, il quale ha analizzato lucidamente il fenomeno: «Spesso si pensa che i ventenni come me cerchino solo vini leggeri e immediati. In realtà, la **Generazione Z** è mossa da una profonda curiosità culturale. Non cercano lo sballo alcolico, cercano la **storia della famiglia, il legame con il territorio**». L'Amarone, dunque, smette di essere un vino “austero” che incute soggezione per diventare un'**esperienza sensoriale complessa**.

A fargli eco è **Marta Barberis**, Event and Hospitality Manager di **Domini Veneti**: «Chiediamo alle persone di rallentare. L'Amarone è l'emblema dello **“slow time”**. Attraverso il nostro museo e le visite in cantina, spieghiamo che dietro ogni sorso ci sono mesi di attesa e anni di affinamento. È un messaggio che affascina i giovani, stanchi della frenesia quotidiana e desiderosi di riscoprire il valore della **pazienza**».

Sostenibilità e anima moderna

Il successo dell'Amarone si misura anche sulla sua capacità di viaggiare. Con una quota export che per molte aziende supera il 90%, la sostenibilità è diventata un pilastro strategico. **Samantha Orlandi** di **Cantine di Verona** pone l'accento sul **packaging sostenibile**: «I mercati esteri, specialmente quelli del Nord Europa e del Nord America, chiedono **bottiglie più leggere** e processi produttivi certificati. Stiamo lavorando intensamente sull'alleggerimento del vetro senza che questo penalizzi l'immagine di prestigio del vino».

La chiusura ideale di questa rassegna arriva da **Sara Venturelli**, Marketing & Comunicazione di **Zeni 1870**. La sua analisi dell'annata 2021 è entusiastica: «È un'annata strepitosa, con un potenziale di invecchiamento enorme ma già godibile oggi. La scelta delle Gallerie Mercatali riflette questa nuova anima dell'Amarone: più moderna, più **urban**, capace di dialogare con le città e con le nuove generazioni».

Amarone Opera Prima 2026 ci consegna l'immagine di un settore

in salute, consapevole delle proprie criticità ma armato di una **resilienza creativa** fuori dal comune. L'unione tra **rigore tecnico**, rispetto per la **tradizione agricola** e sensibilità verso i nuovi **stili di consumo** sembra essere la ricetta vincente per far sì che l'Amarone continui a essere non solo il simbolo della Valpolicella, ma uno dei grandi ambasciatori del *Made in Italy* nel mondo. La sfida è aperta: l'Amarone del futuro è un vino che sa ascoltare il tempo, il clima e, soprattutto, chi lo beve.

Punti chiave:

1. **Equilibrio stilistico**: l'annata 2021 si distingue per una ricerca di freschezza e bevibilità che bilancia la naturale potenza alcolica del vino.
2. **Rigore e selezione**: le scelte coraggiose di alcuni produttori evidenziano la priorità assoluta data alla qualità e all'identità del marchio.
3. **Adattamento climatico**: l'uso di tecnologie avanzate nei fruttai e la gestione delle vendemmie anticipate sono diventati strumenti essenziali di mitigazione.
4. **Dialogo generazionale**: l'Amarone viene ripensato come un'esperienza culturale e di "slow time" per intercettare la sensibilità dei consumatori più giovani.
5. **Sostenibilità operativa**: la riduzione del peso delle bottiglie e l'attenzione al packaging rispondono alle rigide richieste di consapevolezza dei mercati internazionali.