SCAIA, il progetto che ha ridefinito il linguaggio del vino italiano contemporaneo

scritto da Fabio Piccoli | 25 Novembre 2025



SCAIA è il progetto innovativo di Tenuta Sant'Antonio nato nel 2006 dalla visione dei fratelli Castagnedi. Una linea IGT che ha conquistato oltre 50 Paesi coniugando modernità e autenticità, grazie a vini accessibili ma di qualità, capaci di valorizzare il territorio veronese con un linguaggio contemporaneo e internazionale.

Ho avuto la fortuna di seguire **Tenuta Sant'Antonio** fin dalla sua genesi, agli inizi degli anni '90, quando quattro fratelli – Armando, Tiziano, Paolo e Massimo Castagnedi – iniziarono un percorso che oggi rappresenta una delle storie più emblematiche dell'evoluzione vitivinicola italiana.Da una piccola realtà agricola radicata tra le colline di Colognola

ai Colli e la Valpolicella, la famiglia Castagnedi ha saputo trasformare la propria impresa in un punto di riferimento dinamico e innovativo nel panorama enologico nazionale. Una crescita fondata su elementi chiave: **coesione familiare, coraggio imprenditoriale, investimenti lungimiranti** e una capacità rara di **interpretare il cambiamento senza snaturarsi**.

Quando un'azienda familiare riesce a compiere questo salto evolutivo mantenendo integra la propria identità, il "fattore famiglia" non diventa una zavorra nostalgica, ma una forza propulsiva, capace di rendere la tradizione un organismo vivo, in continuo movimento.

La nascita di un'idea: il coraggio di rompere gli schemi

Il progetto **SCAIA**, oggi simbolo di modernità e autenticità insieme, nasce nel 2006 da una riflessione profonda di **Armando Castagnedi**, colui che rappresenta la visione "mercato" della famiglia.Ricordo ancora le sue parole, intrise di legittima preoccupazione:

"Fabio, pensi che questa scelta potrebbe in qualche modo condizionare l'immagine, la reputazione di Tenuta Sant'Antonio?"

Era il dubbio di un imprenditore vero, che non voleva rincorrere il successo a tutti i costi, ma restare coerente con la filosofia produttiva e l'identità della sua azienda.La risposta, Armando, l'ha trovata nella qualità e nella convinzione: creare una linea **diversa ma non distante**, capace di parlare a un pubblico nuovo senza tradire l'anima di Tenuta Sant'Antonio.

SCAIA non è nata come scorciatoia commerciale, ma come **laboratorio di libertà creativa**, come lo definisce lo stesso Armando: "un terreno fertile dove sperimentare e dialogare con un pubblico internazionale, senza vincoli di

disciplinari, ma con la stessa serietà e rigore qualitativo”.Il nome, evocativo e autentico, deriva dalla **“scaglia” di calcare** che caratterizza i suoli della Valpolicella: un richiamo diretto al territorio, ma espresso con un linguaggio contemporaneo e immediato.

Innovazione che nasce dall’identità

SCAIA rappresenta un caso raro nel vino italiano: una linea **IGT** che ha saputo conquistare mercati globali grazie a un perfetto equilibrio tra **accessibilità e autenticità**.Come racconta Armando Castagnedi, la genesi di SCAIA rispondeva a una **necessità enologica**, prima ancora che commerciale: valorizzare le uve bianche in modo non convenzionale, dando vita a vini freschi, fragranti e piacevoli, capaci di parlare a consumatori meno esperti, ma sensibili alla qualità.

La libertà espressiva dell’IGT ha permesso di **svincolarsi dai dogmi delle denominazioni**, mantenendo però standard qualitativi elevati.Ed è così che nascono vini come lo **SCAIA Rosato** (da Rondinella e Corvina) o il **Blanc de Blancs Brut**, spumante Metodo Martinotti da Garganega e Chardonnay: prodotti dal profilo moderno, ma ancorati a una matrice territoriale precisa.

A rendere iconica la linea è anche la **scelta estetica e funzionale del tappo in vetro**, una decisione coraggiosa che, inizialmente rischiosa, è divenuta un simbolo di riconoscibilità e coerenza. “Non potevamo più tornare indietro,” racconta Armando, “quel tappo era ormai parte dell’identità SCAIA.”

Un doppio percorso sinergico

La forza di Tenuta Sant’Antonio sta anche nella capacità di **tenere insieme due anime**:

- da un lato **SCAIA**, laboratorio di stile e porta

d’ingresso per nuovi consumatori;
- dall’altro **Tenuta Sant’Antonio**, custode della classicità, oggi più che mai dedicata all’espressione estrema del terroir e alla valorizzazione delle Unità Geografiche Aggiuntive del Soave e del Valpolicella.

Due strade distinte, ma complementari, che si rafforzano a vicenda. La libertà di SCAIA ha consentito alla linea storica di tornare alle origini, riscoprendo, ad esempio, l’eleganza del **Valpolicella “leggero”**, quel vino agile e conviviale che oggi torna di grande attualità nei mercati internazionali.

Una strategia vincente e coerente

Ciò che rende SCAIA un caso di studio nel mondo del vino è anche la sua **coerenza di posizionamento**. Nei supermercati e nei canali GDO, dove spesso i vini subiscono svalutazioni promozionali, SCAIA mantiene **un prezzo corretto**. Questo perché la forza del brand non nasce dal prezzo, ma dal **riconoscimento del valore percepito**: una qualità costante nel tempo, che ha generato una **fidelizzazione rara** in un mercato dominato da consumatori “infedeli”.

Armando Castagnedi lo dice con chiarezza:

“Il consumatore che prova una bottiglia di SCAIA la riacquista, perché capisce che la qualità è paragonabile a vini più blasonati, ma a un costo onesto.”

Un successo internazionale “sano”

Oggi SCAIA è presente in oltre 50 Paesi e gode di grande successo soprattutto in **Germania, nel Nord Europa e in Nord America**, dove il pubblico ha premiato il suo equilibrio tra qualità e prezzo. Mercati difficili come l’Asia rappresentano la prossima frontiera, e SCAIA, con il suo linguaggio diretto e accessibile, ha tutte le carte in regola per diventare la **“porta d’ingresso” ideale al vino italiano.**

La modernità che nasce dalla coerenza

SCAIA non è semplicemente una linea di vini, ma **un paradigma** di come si possa essere **innovativi restando autentici**.È la dimostrazione che la modernità, quando nasce dalla conoscenza profonda delle proprie radici, non è un tradimento della tradizione, ma la sua naturale evoluzione.E in questo equilibrio tra **visione e identità**, tra **famiglia e mercato**, tra **territorio e libertà creativa**, si misura la vera grandezza dei fratelli Castagnedi e di Tenuta Sant'Antonio.

Punti chiave

1. **SCAIA nasce nel 2006 come laboratorio creativo di Tenuta Sant'Antonio** per dialogare con mercati internazionali senza vincoli di disciplinari.
2. **Linea IGT innovativa che valorizza uve bianche con vini freschi e moderni**, riconoscibili dal caratteristico tappo in vetro.
3. **Doppia strategia vincente**: SCAIA apre a nuovi consumatori mentre Tenuta Sant'Antonio preserva la classicità del terroir veronese.
4. **Successo in 50 Paesi** grazie all'equilibrio tra qualità costante e prezzo corretto, con forte presenza in Germania e Nord America.
5. **Coerenza di posizionamento** che genera fidelizzazione: il consumatore riconosce il valore e riacquista il prodotto senza svalutazioni promozionali.