

Terramata, l'anima condivisa di The Wine Net: la cooperazione diventa racconto

scritto da Claudia Meo | 29 Ottobre 2025



The Wine Net lancia Terramata, etichetta collettiva che unisce sei cooperative da Piemonte, Toscana, Campania, Veneto, Sicilia e Abruzzo. Presentata a Vinitaly 2025, rappresenta un vino democratico e accessibile che valorizza territori, sostenibilità e solidarietà cooperativa attraverso una narrazione condivisa di eccellenza italiana.

La strategia di The Wine Net entra in una fase di maturità. Dopo anni di lavoro sull'identità e sulla coesione **La Guardiense**, **CVA Canicattì**, **Cantina Frentana**, **Cantina Vignaioli del Morellino di Scansano**, **Colli del Soligo** e **Pertinace** hanno dato forma tangibile alla propria visione: **Terramata**, non un semplice marchio commerciale, ma il simbolo di un legame

autentico tra territori e persone che condividono un modo di intendere il vino. Con questa etichetta collettiva The Wine Net sceglie di trasformare la propria esperienza di rete in un racconto unitario, capace di superare la frammentazione e restituire una voce sola alla pluralità delle sue radici.

Terramata è un nome che parla da solo. Evoca il legame profondo con la terra e con chi la lavora, ma anche un senso di amore autentico per il territorio e per la sua gente. È un nome che sa di radici e di fatica, di mani che coltivano e di comunità che condividono. C'è in Terramata un'idea di vino che non si chiude nell'*élite*, ma si apre alla gente comune: un vino democratico, accessibile, che nasce per essere bevuto e condiviso, senza rinunciare all'eccellenza; quella che i suoi territori sanno esprimere. Piemonte, Toscana, Campania, Veneto, Sicilia, Abruzzo – regioni che raccontano la storia stessa del vino italiano – trovano un punto d'incontro in un concetto di origine che non è solo storia agricola ma energia innovatrice.

Aver scelto un'etichetta comune rappresenta un gesto di grande significato: dare visibilità concreta a un progetto che, fin dalla nascita, ha interpretato la collaborazione tra le cooperative come strumento di crescita e innovazione. Terramata è la traduzione visiva e simbolica di una filosofia produttiva basata su sostenibilità, solidarietà, valorizzazione del lavoro delle persone e responsabilità sociale.

Le **Langhe**, la **Maremma** toscana, il **Sannio** beneventano, le colline del **Prosecco**, l'**Agrigentino** e la **Costa dei Trabocchi** costituiscono un eccellente mosaico di territori che in Terramata trova la sua espressione.

La prima apparizione ufficiale dell'etichetta è avvenuta al **Vinitaly** 2025, dove Terramata ha rappresentato il filo rosso tra le diverse realtà della rete. Successivamente il brand ha debuttato sul palcoscenico internazionale a **Vyno**

Dienos in Lituania, ricevendo attenzione per la capacità di coniugare identità locale e visione collettiva. In queste occasioni l'etichetta ha incarnato il concetto stesso di rete, non come aggregazione di prodotti, ma come racconto condiviso di appartenenza, rispetto e orgoglio cooperativo.

Terramata è destinata a diventare molto più di un progetto di comunicazione. È uno strumento di riconoscibilità che permette a The Wine Net di presentarsi ai mercati esteri con una narrazione forte, coerente e immediatamente identificabile. Il suo potenziale di valorizzazione è chiaro, anche se il brand collettivo ha appena iniziato il suo cammino. Con Terramata The Wine Net conferma che la cooperazione, quando sa raccontarsi con autenticità e convinzione, può essere una delle forme più contemporanee di eccellenza.

Punti chiave

1. **Terramata è il brand collettivo di The Wine Net** che unisce sei cooperative vitivinicole italiane in un'unica narrazione.
2. **Sei territori d'eccellenza** (Piemonte, Toscana, Campania, Veneto, Sicilia, Abruzzo) trovano espressione comune in un'etichetta condivisa.
3. **Debutto internazionale a Vinitaly 2025** e successivamente a Vyno Dienos in Lituania con riscontri positivi.
4. **Vino democratico e accessibile** che valorizza sostenibilità, solidarietà e responsabilità sociale senza rinunciare all'eccellenza.
5. **Strumento di riconoscibilità** per i mercati esteri con una narrazione forte, coerente e immediatamente identificabile.

