

Il mercato chiede bianchi. La terra non sempre è d'accordo

scritto da Stefano Montibeller | 15 Settembre 2026



Il mercato italiano si orienta sempre più verso vini bianchi e rosati, spinto da nuove occasioni di consumo e migliori performance commerciali. La risposta produttiva richiede però cautela. Nuovi impianti e varietà devono confrontarsi con clima, suoli, maturazione e vocazione territoriale, evitando di trasformare una tendenza di mercato in una scelta agronomica automatica.

Il mercato ha fretta. La vigna no. Un distributore può modificare il proprio assortimento in una stagione; **chi cambia varietà prende una decisione destinata a rimanere nel terreno per decenni.** È in questa differenza di velocità che si decide se la migrazione dei vitigni bianchi sia un adattamento oppure una forzatura.

La tentazione di inseguire il fenomeno è comprensibile. Secondo le elaborazioni Ismea, **tra il 2016 e il 2025 la quota dei vini bianchi sulla produzione italiana è passata dal 53 al 62%**, mentre quella dei rossi è scesa dal 45 al 36%. Una parte importante del cambiamento è legata alle bollicine, ma anche nella grande distribuzione le rilevazioni Circana riportate da Unione Italiana Vini indicano performance positive per bianchi e rosati, a fronte di maggiori difficoltà per i rossi fermi.

Non è quindi soltanto una moda raccontata dagli addetti ai lavori. **Il mercato sta effettivamente chiedendo qualcosa di diverso.** Il pericolo comincia quando questa domanda viene trasformata in una risposta agronomica già pronta: se i bianchi vendono, piantiamo bianchi.

Nell'articolo [*The Great White Grape Migration*](#), pubblicato da *Wine-Searcher*, James Lawrence racconta **la diffusione di varietà mediterranee fuori dalle rispettive terre d'origine.** In Australia il Fiano ha conquistato spazio nella McLaren Vale; l'Assyrtiko viene sperimentato nella Clare Valley perché utilizza meno acqua e matura più tardi del Riesling. Vermentino e Arneis stanno raggiungendo territori nei quali, fino a pochi anni fa, sarebbero sembrati presenze eccentriche.

Questi risultati dimostrano che **i vitigni possono viaggiare**, ma non dimostrano che possano andare ovunque.

Bianco" non è una caratteristica agronomica: comprende uve con cicli di maturazione ed esigenze molto differenti. Le temperature elevate, ricorda il CREA Viticoltura ed Enologia, possono accelerare l'accumulo degli zuccheri e causare **perdita di acidità e aromi.** Piantare un bianco in una zona calda non garantisce quindi freschezza.

Anche l'espressione "terra di rossi" rischia però di ingannare. La Toscana possiede un'immagine internazionale costruita in gran parte sul Sangiovese, ma non è un unico vigneto. Ha coste, colline ed esposizioni molto diverse. **La**

Vernaccia di San Gimignano, prima Doc italiana nel 1966, ricorda che una storica vocazione bianchista esiste nel cuore della regione e dipende da una combinazione precisa di suoli, altitudine e ventilazione.

Il mercato, quindi, può suggerire una direzione, finanziare la sperimentazione e indicare nuove occasioni di consumo, ma **non può sostituire la zonazione, la scelta del materiale vegetale o l'osservazione di più vendemmie.**

Diego Bosoni di Lvnæ, interpellato da Lawrence sul Vermentino, propone una distinzione utile. Trapiantare una varietà non dovrebbe significare riprodurre altrove il modello della sua zona d'origine, ma **permetterle di esprimere un nuovo territorio conservando un'identità riconoscibile.**

Bloccare i vitigni dentro i loro confini storici sarebbe sterile. La storia del vino è fatta anche di **uve che hanno viaggiato e trovato altrove una seconda identità.** Ma sarebbe altrettanto ingenuo trattare una vigna come uno scaffale, sostituendo il rosso che rallenta con il bianco che oggi promette di vendere.

Punti chiave

1. **Produzione italiana:** la quota dei vini bianchi passa dal 53% al 62% tra 2016 e 2025.
2. **Consumi:** Circana rileva performance positive per bianchi e rosati nella grande distribuzione, mentre i rossi fermi mostrano maggiori difficoltà.
3. **Adattamento varietale:** Fiano, Assyrtiko, Vermentino e Arneis stanno trovando spazio fuori dalle rispettive aree d'origine.
4. **Agronomia:** temperature elevate possono accelerare gli zuccheri e ridurre acidità e aromi, quindi il colore non

garantisce freschezza.

5. **Scelte d'impianto:** mercato e sperimentazione devono affiancare zonazione, materiale vegetale e osservazione di più vendemmie.