79° Congresso Assoenologi: da Conegliano, un appello al Rinascimento del vino italiano

scritto da Veronica Zin | 3 Giugno 2026



Il 79° Congresso nazionale di Assoenologi, tenutosi a Conegliano dal 28 al 30 maggio, ha riunito istituzioni, tecnici e imprese del comparto vitivinicolo italiano. Al centro dei lavori: calo dei consumi, rapporto con i giovani, pressioni normative europee e promozione del Made in Italy. Cotarella ha lanciato un appello al "Rinascimento del vino italiano", con il sostegno del Governo Meloni.

Tre giorni di lavori, dal 28 al 30 maggio, che hanno riunito istituzioni, imprese, tecnici, accademici e protagonisti della filiera vitivinicola italiana per confrontarsi su temi che

oggi pesano in modo concreto sull'intero comparto: **il calo dei consumi, il rapporto con le nuove generazioni, la pressione normativa europea, la promozione internazionale e il nodo, sempre aperto, del binomio vino e salute**.

Ripercorriamo le parti più significative degli interventi che si sono tenuti il giorno di apertura.

Cotarella: "Dalle crisi nasce il Rinascimento"

Ad aprire i lavori è stato Riccardo Cotarella, presidente nazionale di Assoenologi, con un intervento che ha dato il tono all'intera tre giorni: **nessun allarmismo, ma lucidità e volontà di costruire**. Cotarella ha inquadrato il momento attuale in una prospettiva storica, ricordando come il vino italiano abbia già superato stagioni ben più difficili: dal metanolo del 1986 alle crisi di mercato che ciclicamente ne hanno messo in discussione le fondamenta.

"Più volte è sembrato tutto finito e **invece proprio dalle crisi il vino italiano è sempre riuscito a trovare un suo nuovo slancio**. Per questo anche oggi dobbiamo avere la forza di **immaginare un nuovo Rinascimento del vino italiano**".

L'obiettivo, per Cotarella, è preservare la vocazione del vino come patrimonio condiviso, impedendo che pressioni economiche o narrative distorte lo trasformino in un prodotto elitario o, all'opposto, in un bersaglio sanitario. Su questo secondo fronte il presidente è stato netto: **la campagna di ostracismo che negli ultimi anni ha preso di mira il settore cancella deliberatamente la distinzione tra abuso e consumo moderato**, colpendo non un prodotto ma un intero sistema fatto di territori, imprese e identità culturale.

"Oggi più che mai c'è bisogno di unità e di costruire un nuovo linguaggio capace di dialogare con i giovani e contrastare posizioni di ostracismo sanitario che rischiano di penalizzare

ingiustamente un patrimonio culturale, produttivo e identitario del nostro Paese.”

Il tema dei giovani è stato affrontato con altrettanta franchezza. Il calo dei consumi tra le nuove generazioni non è un dato da leggere in isolamento: richiede, secondo Cotarella, un’analisi delle cause profonde, a partire dalla rottura di quella trasmissione culturale familiare che per decenni ha insegnato il valore della moderazione. La risposta non è il proibizionismo, spesso controproducente, ma un **cambio radicale di linguaggio: meno tecnicismo, più autenticità, più capacità di raccontare il vino per quello che è davvero, ossia agricoltura, territorio, storia e convivialità**.

Meloni: primato del Made in Italy e difesa del prodotto in Europa

La presidente del Consiglio Giorgia Meloni ha inviato un messaggio scritto al congresso, nel quale ha ribadito il posizionamento del Governo a fianco del comparto. Il vino viene letto non come una commodity da tutelare per ragioni economiche, ma come **elemento costitutivo dell’identità nazionale, capace di plasmare paesaggi e comunità**.

“La viticoltura rappresenta un pezzo insostituibile dell’identità nazionale. […] La viticoltura ha plasmato la Nazione, e ha creato luoghi di inestimabile bellezza che rendono unica e iconica l’Italia.”

Sul fronte europeo, Meloni ha confermato l’impegno dell’esecutivo nel contrastare le derive normative più penalizzanti, dalle etichette allarmistiche ai sistemi di informazione che giudica fuorvianti per il consumatore. **La cornice è quella della dieta mediterranea, all’interno della quale il vino va difeso come asse portante di una cultura alimentare riconosciuta nel mondo**. Sul versante dei mercati, il riferimento va agli accordi commerciali siglati dall’Unione Europea con America Latina, India e Australia, oltre allo

sviluppo dell’enoturismo come leva di crescita.

“Continueremo a contrastare ogni tentativo di demonizzazione di questo prodotto, con etichette allarmistiche o sistemi di informazione fuorvianti per il consumatore. Il vino è un elemento cardine della dieta mediterranea e come tale deve rimanere.”

Lollobrigida: un miliardo e cento milioni, qualità e coesione della filiera

L’intervento più articolato della giornata inaugurale è stato quello del ministro dell’Agricoltura Francesco Lollobrigida, intervistato dal vicedirettore del *Corriere della Sera* Luciano Ferraro e insignito del premio “Personaggio dell’anno 2026 Assoenologi”. Il ministro ha tracciato un quadro dettagliato degli investimenti messi in campo dal Governo Meloni, a partire da una cifra che fotografa il cambio di passo rispetto al passato.

“Sul settore vitivinicolo siamo passati da 100 milioni di investimenti che ho trovato nel ministero a un miliardo e cento milioni.”

Le risorse sono state destinate su più fronti: efficientamento energetico (con 2.500 aziende vitivinicole che installeranno pannelli solari su strutture già esistenti, con un risparmio stimato del 30% sui costi energetici), ricambio generazionale e sostegno alla resilienza aziendale tramite il bando filiere. Una scelta, quest’ultima, che riflette **la convinzione che dalla produzione alla distribuzione la filiera debba muoversi come sistema integrato**.

Sul tema della tutela del prodotto, Lollobrigida ha richiamato la legge sull’agroalimentare approvata il 15 aprile, rimasta ferma nei cassetti del Parlamento per oltre dieci anni, che inasprisce le sanzioni per la contraffazione. A questo si affianca l’introduzione di nuove etichette con tricolore e QR

code, che garantiranno tracciabilità e riconoscibilità sui mercati globali. Il Consorzio del Prosecco è stato il primo ad aderire.

“**La legge di tutela dell’agroalimentare permette di evitare contraffazioni con sanzioni più elevate per chi danneggia i nostri imprenditori e il patrimonio che generazioni hanno saputo trasmettere**.”

Sulla promozione, il ministro ha descritto il cambio di paradigma degli ultimi tre anni: dall’atteggiamento difensivo di chi temeva di essere attaccato per aver detto che **il vino non fa male**, a una fase in cui si lavora attivamente per raccontare il prodotto come parte di un’alimentazione bilanciata. Lo spot realizzato con fondi pubblici (oltre 100 milioni investiti sulla promozione) ha raggiunto 71 milioni di contatti sulle reti Rai ed è stato trasmesso anche durante le Olimpiadi invernali.

“Esiste il bere moderato, il bere responsabile. […] **Il vino deve tornare a essere raccontato come parte di un’alimentazione bilanciata**“.

Sul piano della competitività, Lollobrigida è stato diretto nell’indicare la strada da percorrere: non la concorrenza sul prezzo, dove l’Italia non può e non deve giocare, ma l’investimento costante sulla qualità e sulla capacità di comunicarla. In questo scenario, il ruolo degli enologi è centrale.

“Se giochiamo sulla quantità standardizzata e sul centesimo di prezzo, l’Italia perde. Dobbiamo lavorare sulla qualità e sulla capacità di raccontarla”.

Infine, il nodo dell’estirpo dei vigneti, inserito nel pacchetto vino europeo. Lollobrigida ha espresso una posizione di netta cautela: i terreni vitati svolgono una funzione ambientale e produttiva difficilmente sostituibile, e l’eventuale adesione a misure di riduzione delle superfici è

subordinata a una convergenza unanime da parte dell’intera filiera.

“Sull’estirpo non sono particolarmente convinto. Noi sosteniamo il settore agricolo per due ragioni: la sicurezza alimentare e la tutela dell’ambiente.”

Piantedosi: qualità, responsabilità e sicurezza delle filiere

Con un videomessaggio, il ministro dell’Interno Matteo Piantedosi ha ribadito l’attenzione del Governo alla dimensione della legalità economica come condizione abilitante per la crescita del comparto. Il suo appello alla cultura del consumo responsabile si è inserito in una cornice più ampia, quella di un **sistema-Paese che deve saper coniugare eccellenza produttiva e sicurezza delle filiere**.

“Tutti gli attori di questo importante settore potranno continuare a svolgere un ruolo fondamentale per coniugare qualità e responsabilità, valorizzazione e sicurezza. In un contesto globale sempre più competitivo è inoltre decisivo continuare ad investire nell’innovazione, nella ricerca scientifica e nella tutela delle denominazioni e delle produzioni di qualità.”

Hansen: il pacchetto vino europeo come risposta alle sfide di sistema

Dal livello europeo è arrivato il contributo del commissario all’Agricoltura Christophe Hansen, con un videomessaggio da Bruxelles che ha inquadrato il pacchetto vino come strumento concreto di risposta alle pressioni strutturali che il settore sta affrontando: cambiamento climatico, volatilità dei mercati, evoluzione rapida delle preferenze dei consumatori. Hansen ha rivendicato la centralità del vino europeo a livello globale (circa il 60% dei consumi mondiali, oltre 1.700

indicazioni geografiche protette) pur mettendo in guardia dal considerare questa leadership acquisita una volta per tutte.

“**Il vino è molto più di un prodotto agricolo. È un patrimonio condiviso a livello mondiale**“.

Il pacchetto prevede strumenti per la resilienza climatica, la prevenzione della sovrapproduzione, l’armonizzazione dell’etichettatura digitale e maggiore flessibilità nella gestione dei vigneti. Hansen ha sottolineato come innovazione e qualità debbano procedere insieme, riconoscendo agli enologi un ruolo di garanzia in questo equilibrio.

Nardella: enoturismo complementare, non sostitutivo

L’europarlamentare Dario Nardella, nel suo contributo video, ha portato all’attenzione del congresso un tema su cui è facile scivolare nella retorica: **quello dell’enoturismo come motore di sviluppo**. I numeri sono incoraggianti: oltre il 20% del fatturato delle aziende vitivinicole proviene già dall’enoturismo, con una spesa media per visitatore che supera i 120 euro e un volume d’affari complessivo che supera i 3 miliardi di euro. Ma proprio per questo, ha avvertito Nardella, **è necessario mantenere la lucidità sul ruolo che il turismo può e deve giocare.**

“Non possiamo sostituire il reddito dei produttori vitivinicoli solo con il turismo**. Il turismo è un’attività complementare che integra l’attività dell’azienda vitivinicola**“.

Il rischio, secondo l’europarlamentare, è ridurre l’enoturismo a leva per la movimentazione di flussi, perdendo di vista la sua funzione più profonda: quella di veicolo culturale, capace di trasmettere l’identità e i valori del vino come prodotto di civiltà.

Punti chiave

- **Rinascimento del vino italiano:** Cotarella invita a superare la crisi con un nuovo linguaggio autentico rivolto ai giovani.
- **Investimenti record del Governo:** da 100 milioni a 1,1 miliardi destinati al settore vitivinicolo negli ultimi anni.
- **Difesa del prodotto in Europa:** il Governo contrasta etichette allarmistiche e normative penalizzanti per il vino.
- **Enoturismo complementare, non sostitutivo:** vale 3 miliardi ma non può sostituire il reddito core dei produttori.
- **Qualità contro quantità:** l'Italia non deve competere sul prezzo ma puntare su eccellenza e capacità di comunicarla.