Soave punta sull’identità per superare la crisi del vino italiano

scritto da Redazione Wine Meridian | 9 Settembre 2025



Il Consorzio del Soave ha organizzato l’evento “Appuntamento Soave” per affrontare le sfide del settore vitivinicolo italiano. Quaranta aziende hanno partecipato a seminari e degustazioni, discutendo di cambiamenti nei consumi, strategie per i giovani e valorizzazione territoriale attraverso identità e qualità.

“È un momento molto particolare quello che sta vivendo il vino italiano, e l’Europa in generale. In questa fase che potremmo definire di ‘temporaneo smarrimento’ è saggio rimanere ‘centrati’, in ascolto della propria identità e del proprio valore, per capire”, ha dichiarato Cristian Ridolfi, presidente del Consorzio del Soave, durante il talk “Soave:

autentico, autoctono, contemporaneo” all’evento Appuntamento Soave.

L’evento, tenutosi lunedì 8 settembre al Circolo Ufficiali di Verona e giunto alla sua seconda edizione, ha visto la partecipazione di oltre quaranta aziende associate al Consorzio che hanno presentato le loro diverse interpretazioni di Soave. La giornata si è articolata tra seminari formativi, masterclass e degustazioni, con ampia partecipazione di ristoratori, operatori di settore e appassionati.

Il seminario e la masterclass Successo per il seminario AIS “Il Soave, dalla freschezza alla longevità” tenuto da Alberto Toffanello, Miglior Sommelier del Veneto 2025, e per la masterclass “Soave Seven” guidata da Jeff Porter di Wine Enthusiast, che ha raccontato le diverse anime del Soave attraverso un viaggio dai suoli calcarei dell’ovest a quelli vulcanici dell’est.

Il talk: sfide e opportunità

Durante la tavola rotonda moderata da Luciano Ferraro del Corriere della Sera, sono emersi spunti significativi sui cambiamenti in atto nel settore vitivinicolo.

Michele Cannone di Lavazza ha evidenziato come “il vino è entrato in una fase delicata perché stanno cambiando i modelli di consumo, soprattutto tra i giovani, e l’offerta non ha ripensato abbastanza le esperienze in cui il vino viene bevuto”. Ha sottolineato l’importanza di “ripensare i modelli di fruizione, contaminarsi con altri mondi e riportare il vino al centro di esperienze contemporanee”.

Achille Scudieri del Gruppo Adler ha parlato del progetto Abraxas a Pantelleria: “Investire nel vino significa accettare una sfida complessa: dalla concorrenza internazionale alle tensioni geopolitiche, dal cambiamento climatico ai nuovi paradigmi di consumo. Le grandi aziende possono portare know-

how e visione industriale per valorizzare territori a rischio marginalità”.

Barbara Ferro di Veronafiere ha sottolineato come “il ruolo di una fiera è interpretare i trend e accompagnare i settori nei periodi di cambiamento. Con Vinitaly and the City promuoviamo la cultura del bere consapevole, contribuendo ad attivare modalità nuove di approccio verso i giovani”.

Jeff Porter ha commentato: “Il Soave è in un momento ideale per imporsi come grande bianco internazionale. I consumatori globali chiedono freschezza, autenticità e cultura dietro il vino. La chiave sarà unire qualità, narrazione culturale e politica di prezzo sostenibile”.

La riflessione spirituale

Mons. Bruno Fasani ha offerto una lettura teologica: “La vigna diventa metafora di una società che vive nella gioia. È importante interrogarsi su come far fruttare un comprensorio produttivo e non solo le cantine, ripristinando il tessuto sociale”.

Le conclusioni

Ridolfi ha chiuso con una riflessione sul presente: “Oggi produrre vino è un ‘atto politico’ perché non si può prescindere da considerazioni di politica internazionale. Tutto si basa sulla legge della domanda e dell’offerta. L’imprenditore sa trovare un vantaggio anche nei momenti più complessi. Si consuma meno vino, si cercano vini a bassa gradazione? Bene: andiamo a proporre un vino che sappia fondere identità, qualità e valore”.

Punti chiave

- **Soave affronta la crisi del vino italiano** puntando su identità e autenticità
- **Consumi giovanili cambiano**: necessari nuovi modelli di fruizione del vino
- **Quaranta aziende partecipano all’evento** con seminari e masterclass specializzate
- **Investimenti territoriali** possono valorizzare comprensori a rischio marginalità
- **Freschezza e autenticità**: Soave ideale come grande bianco internazionale