Villamagna, la DOC più piccola d’Abruzzo che vuole diventare un villaggio del vino

scritto da Redazione Wine Meridian | 10 Novembre 2026



Villamagna DOC, la più piccola denominazione d’Abruzzo con 85 ettari e sette cantine, punta a diventare destinazione del vino. A Inedita 2026 produttori, Consorzio e sindaci si sono confrontati, con la lezione di San Gimignano, su accoglienza, paesaggio, collaborazione e benefici per la comunità. Oggi arrivano circa 15.000 visitatori l’anno e i posti letto sono una trentina.

Ottantacinque ettari, sette cantine, circa 80.000 bottiglie. Numeri che in qualsiasi altro contesto farebbero pensare a una nicchia per pochi appassionati. A Villamagna, borgo medievale

in provincia di Chieti tra la Maiella e l’Adriatico, quei numeri sono diventati il punto di partenza di una scommessa più grande. Con la terza edizione di Inedita, l’anteprima della denominazione, i produttori hanno scelto di non limitarsi a presentare l’annata 2024 ma di dichiarare una direzione, passare da denominazione a destinazione del vino.

Non è un’ambizione di facciata. Secondo le stime dell’associazione oggi arrivano a Villamagna circa 15.000 persone l’anno, e i posti letto, che fino a poco tempo fa erano praticamente zero, sono una trentina distribuiti in quattro cantine. Torre Zambra è stata nominata Cantina emergente dal Gambero Rosso. Il convegno «Da denominazione a destinazione», ospitato nell’auditorium dell’ex chiesa di San Francesco, ha provato a mettere in fila cosa serve per fare il passo successivo.

Una piccola DOC dentro un grande consorzio

Ad aprire la mattinata il sindaco Amerigo Orlando e il saluto in video del ministro dell’Agricoltura Francesco Lollobrigida, che ha indicato in Villamagna una testimonianza di qualità da tutelare. Il consigliere regionale Nicola Campitelli ha richiamato il nodo della transizione energetica, chiedendo che le aree destinate al fotovoltaico vengano individuate tenendo conto anche della redditività agricola dei terreni, e non solo delle distanze.

Alessandro Nicodemi, presidente del Consorzio Tutela Vini d’Abruzzo, ha rivendicato il valore di un consorzio regionale unitario. È la cornice che permette anche a una denominazione così piccola di avere spazio e visibilità. Nicodemi ha ricordato di non aver mai creduto nei dualismi tra denominazioni. Una DOC che cresce, ha spiegato, porta valore a tutta la regione, e Villamagna lo dimostra con un modello in cui la forza delle aziende rende più ricco l’intero comune.

La lezione di San Gimignano, una destinazione che deve ricordarsi del suo vino

Il contributo più atteso era quello di Andrea Marrucci, sindaco di San Gimignano e figura di riferimento delle Città del Vino, anche a livello europeo. Il suo comune è patrimonio UNESCO dal 1990, e nel centro storico vivono circa 1.500 persone. Quest'anno festeggia i 750 anni della prima attestazione della Vernaccia negli archivi comunali, un vino citato da Dante e da Boccaccio, che nel 1966 è stato la prima DOC bianca d'Italia e poi DOCG.

Quattro le sue lezioni.

Notorietà del luogo e riconoscibilità del vino devono alimentarsi a vicenda. Chi arriva per le torri deve scoprire la Vernaccia, chi arriva per il vino deve entrare in relazione con la città.

Il paesaggio è parte dell'esperienza. La qualità dell'accoglienza comincia dalla cura del territorio, delle strade rurali, dei sentieri, degli spazi pubblici. Per un'amministrazione significa legare la promozione turistica alle politiche agricole e all'urbanistica. Marrucci ha chiesto con forza che i sindaci siano coinvolti nelle scelte sulle aree destinate alle rinnovabili, perché sono loro a conoscere davvero i territori.

La destinazione si costruisce con la collaborazione. Comune, produttori, strutture ricettive e ristorazione devono parlare con una voce sola. San Gimignano si sta strutturando come organizzazione di gestione della destinazione, guardando al Trentino come modello, con l'obiettivo di rendere semplice il percorso del visitatore e chiare le esperienze da offrirgli. E sta lavorando per portare chi visita le torri anche nella campagna dei produttori.

Il successo deve fare bene alla comunità. È il punto che ha colpito di più la sala. San Gimignano registra oltre mezzo milione di presenze certificate, ma tra i quattro e i cinque milioni di visitatori stimati in un centro storico lungo un chilometro e largo seicento metri. I flussi non vanno demonizzati, ha detto, ma governati. Una destinazione non funziona se la comunità che la ospita sta male o si sente espulsa. E ha chiuso con una frase da appendere in ogni consorzio, si resta unici solo se ci si mantiene diversi.

Da incontro tra amici a progetto di territorio

Katia Masci, presidente dell'Associazione Produttori del Villamagna DOC, ha ricordato da dove si è partiti. Nel 2018 l'associazione era poco più di un incontro tra amici. Le promesse scritte allora, strutture, ristoranti, un intero settore da coinvolgere, sembravano immense per un comune così piccolo, e lei stessa ha raccontato di aver temuto, nei convegni, di promettere troppo. Otto anni dopo i trenta posti letto sembrano pochi, ma sono nati quasi tutti dal 2022 partendo da zero, e il vino ha raccolto riconoscimenti nazionali e internazionali.

Masci ha ammesso che manca ancora un osservatorio per misurare i flussi, e che i 15.000 visitatori sono una stima. Ha ringraziato il Consorzio regionale e l'amministrazione comunale, e si è rivolta a ristoratori, distributori e operatori presenti in sala. Sono loro, ha detto, gli ambasciatori che possono portare i clienti fino a Villamagna, a dormire e a cenare in tutto l'Abruzzo.

Il nostro contributo come Wine Meridian

Al tavolo c'eravamo anche noi di Wine Meridian, con Fabio Piccoli e Lavinia Furlani, e abbiamo provato a portare a Villamagna quello che vediamo ogni giorno girando per i

territori del vino.

Il primo messaggio che abbiamo voluto lasciare è che l’accoglienza non può più essere considerata un’attività complementare. Attraverso l’ospitalità passerà sempre di più una parte decisiva della sostenibilità economica delle cantine.

Da qui l’idea di essere profeti in patria. Più un territorio è forte a casa propria, più sarà vincente anche all’estero, e meno dipenderà da mercati internazionali sempre più complessi e costosi. Valorizzare i prodotti locali in ristoranti, bar e distribuzione non è campanilismo, è tutela della propria economia.

Lavinia ha portato la metafora al centro del nostro libro, The Wine Village. Una destinazione del vino funziona come un villaggio, e un villaggio si costruisce pezzo dopo pezzo, con le case, la piazza, la bottega e qualcuno che accoglie.

Per fare quel passo abbiamo indicato quattro pilastri. Un **territorio unico**, che Villamagna possiede tra Maiella e Adriatico. **Esperienze diverse**, per l’appassionato come per la famiglia o il gruppo di amici, partendo da sette cantine molto diverse tra loro e dal frantoio. La **possibilità di star bene**, perché la gente non viaggia per imparare il vino ma per stare bene, e servono i servizi per goderselo. E il **non solo vino**, cioè la degustazione dentro una vacanza fatta anche di mare, montagna e tempo libero. Il vino è il motivo per venire, il leisure è il motivo per restare. Intorno ai pilastri servono una comunità che accoglie e una regia con un calendario e numeri misurati, la prima cosa che chiederà chi vuole investire.

Abbiamo chiuso la mattinata con un invito che vale per tutto il settore. In un’epoca di incertezza, accanto alle risorse serve il tempo. Il vino è cresciuto dandosi tempo, e anche Villamagna deve concedersi di scrivere bene le sue pagine

nuove, con una crescita coerente con la sua dimensione. La parte più difficile, un vino riconosciuto e una squadra unita, è già fatta. Ora resta da costruire il resto del villaggio.

Punti chiave

1. **Villamagna DOC** conta 85 ettari, sette cantine e circa 80.000 bottiglie: una micro-denominazione che punta a diventare destinazione.
2. **Accoglienza in crescita**: circa 15.000 visitatori l’anno e una trentina di posti letto, nati quasi tutti dal 2022.
3. **San Gimignano insegna**: notorietà del luogo, paesaggio curato, collaborazione e benefici per la comunità costruiscono una destinazione.
4. **L’ospitalità** diventa parte decisiva della sostenibilità economica delle cantine, e un territorio forte in casa propria vince anche all’estero.
5. **Regia e tempo**: calendario, numeri misurati e crescita coerente con la dimensione di Villamagna, a partire da un osservatorio.