

# La Maremma Toscana ha tenuto mentre il resto del settore calava.

scritto da Roberto Serra | 6 Aprile 2026



**Il successo si basa su una crescita del 22,3% dal 2019, trainata dal vitigno che rappresenta un terzo della produzione.**

Oltre 2,4 milioni di bottiglie prodotte ogni anno, pari al 32% dell'intera denominazione: è su questa base solida che il Consorzio Tutela Vini della Maremma Toscana ha annunciato [la Top Ten del Vermentino Grand Prix 2026](#). L'esito della selezione, avvenuta a Castiglione della Pescaia il 30 marzo scorso e resa nota lo scorso 1° aprile, non è solo la premiazione di dieci etichette d'eccellenza, ma **il punto più visibile di una strategia di valorizzazione** che poggia su

numeri di mercato robusti e su una crescita che resiste alle flessioni del comparto.

## **Il peso del Vermentino: numeri che contano**

Il Vermentino Grand Prix 2026 è la settima edizione di un concorso concepito per mettere in luce uno dei vitigni distintivi della Maremma. La selezione, condotta da una giuria di esperti presieduta da Luciano Ferraro del Corriere della Sera, ha esaminato 71 vini, tutti Maremma Toscana DOC Vermentino con una presenza minima dell'85% del vitigno. La Top Ten, che sarà presentata in anteprima al prossimo Vinitaly, comprende dieci etichette elencate in ordine alfabetico per cantina, un segnale di come la competizione premi una pluralità di interpretazioni di qualità. Ma al di là del podio, il dato strutturale è un altro: il Vermentino rappresenta circa un terzo della produzione DOC della Maremma Toscana. Una quota che, stando ad [analisi di settore](#), sale addirittura al 34% se si considera la quantità totale di uva dichiarata all'interno della denominazione. Sono cifre che trasformano questo vitigno da semplice espressione enologica a vero e proprio pilastro economico della DOC.

## **La Maremma Toscana: un'oasi di crescita in un mercato in calo**

Il successo del Vermentino si inserisce in un contesto territoriale che, in controtendenza rispetto al panorama toscano, mostra una vitalità straordinaria. Mentre l'imbottigliato toscano nel 2025 ha registrato un calo del -2,4%, la DOC Maremma Toscana ha tenuto, segnando un +0,5%. Questo dato di tenuta è l'ultimo capitolo di una storia di crescita costante: dal 2019 al 2025, la denominazione ha fatto registrare un incremento del +22,3%, il miglior risultato tra tutte le DOC della Toscana. Il Vermentino Grand Prix, la cui [quinta edizione del concorso](#) si tenne già nel 2024, è uno

strumento strategico in questa ascesa. Promosso dal Consorzio per celebrare e valorizzare il potenziale del vitigno, il concorso agisce come un moltiplicatore di attenzione, attirando l'interesse di buyer, sommelier e stampa specializzata su un territorio che ha saputo ritagliarsi una nicchia di crescita in un mercato altrimenti stagnante. Non si tratta di un caso isolato, ma di un modello di promozione che punta sull'identità precisa di un vitigno per trainare la reputazione dell'intera denominazione.

## **Oltre il podio: cosa cambia per la filiera**

Per gli operatori del settore, dai produttori agli enotecari, questa attenzione si traduce in opportunità concrete. La crescita dei volumi e della notorietà della DOC Maremma Toscana, trainata anche dal Vermentino, crea un terreno più fertile per le esportazioni e per la vendita diretta. In questo panorama competitivo, il riconoscimento in concorsi autorevoli diventa un asset commerciale tangibile. A questo si aggiunge un elemento di prestigio istituzionale: esiste un [Concorso enologico Internazionale dedicato al Vermentino](#) che è l'unico ufficialmente autorizzato dal Ministero delle Politiche agricole e forestali. Questo duplice livello di riconoscimento – quello promosso dal Consorzio per la valorizzazione territoriale e quello ministeriale per l'autorevolezza nazionale – offre alla filiera strumenti differenziati per posizionare i propri vini. La domanda che si pongono ora gli operatori è come capitalizzare al meglio questo momento favorevole, investendo non solo sulla qualità in cantina ma anche su un marketing che sappia raccontare la distintività di un territorio e di un vitigno che hanno dimostrato di poter resistere, e anzi crescere, anche in fasi di mercato difficili.

Il percorso del Vermentino nella Maremma Toscana indica una strada replicabile: identificare **un driver di identità,**

sostenerlo con dati di mercato solidi e promuoverlo con strumenti dedicati e credibili. Per mantenere il vantaggio competitivo conquistato, la sfida per i produttori è ora duplice: continuare a investire sulla ricerca della qualità in vigna e in cantina, e al tempo stesso costruire narrative persuasive che colleghino il vino al suo terroir di elezione, trasformando un successo quantitativo in una reputazione duratura e premium.