



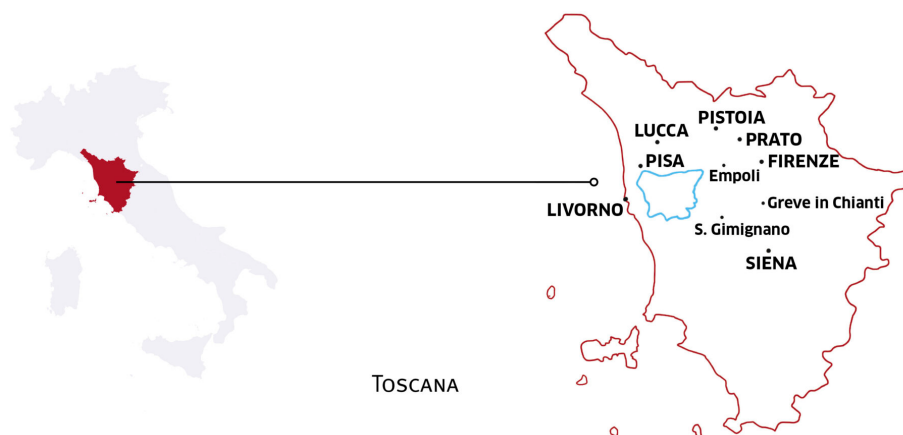
Cosa succede **Civiltà del bere**

Terre di Pisa, la più giovane Doc toscana ha tanta voglia di crescere

🕒 23 Settembre 2025 ✍️ Alessandra Piubello 📍 Toscana



Gli ettari rivendicati sono 350 (su 4.000 vitati potenziali) e le bottiglie 500.000. Volumi ancora relativamente piccoli, ma che potrebbero aumentare nei prossimi anni, a patto che le Cantine decidano di investire nel brand territoriale. Molte le iniziative e i progetti in corso



Terre di Pisa è la più giovane Doc della Toscana, nata nell'ottobre del 2011, con un Consorzio che si è costituito nel 2018. «La nostra è una denominazione recente, l'ultima arrivata in regione, con tutto quello che implica, ma è dinamica, coesa e con una tradizione antica», afferma **Ginevra Venerosi Pesciolini**, presidente del **Consorzio** dall'ottobre 2024. «I produttori storici dell'areale hanno deciso di unirsi per promuovere un territorio unico che ha un forte legame con Pisa».



Ginevra Venerosi Pesciolini, presidente del Consorzio

L'introduzione delle nuove tipologie

Nel 2024 è stato **modificato il disciplinare** e sono stati introdotti il Terre di Pisa **Bianco** (Vermentino e Trebbiano toscano, da soli o congiuntamente, minimo 70%), il Terre di Pisa **Vermentino** (85%), il Terre di Pisa **Rosato** (50% Sangiovese, il restante vitigni con uve a bacca rossa coltivati in Toscana) e il Terre di Pisa **Rosso Riserva** (due anni di affinamento). Si aggiungono ai già codificati Terre di Pisa **Sangiovese** (95%) e Terre di Pisa **Rosso** (Sangiovese, Cabernet Sauvignon, Merlot e Syrah da soli o congiuntamente, minimo 70%). In un momento storico in cui i vini rossi stanno avendo un calo, si è voluto **valorizzare i bianchi dell'areale** e **completare le tipologie**, per

raggiungere un pubblico più ampio. I primi bianchi e rosati della denominazione sono dunque usciti sul mercato con la vendemmia 2024.



Riccardo Gabriele, coordinatore consortile e responsabile della comunicazione

Le attività di awareness sul territorio

Il Consorzio sta lavorando con le istituzioni, la Camera di Commercio e la Confcommercio per consolidare la sua presenza sul territorio. Con quest'ultima organizza delle **masterclass per i ristoratori di Pisa e provincia**. L'obiettivo è aumentare la conoscenza della denominazione e dei suoi vini nel settore Horeca. Inoltre fa formazione con la **Scuola Superiore Sant'Anna** (presentazione ma anche stage in azienda), e con l'Università di Pisa, per i laureandi in Viticoltura ed enologia. «Organizziamo anche molti incontri di confronto e degustazione anche tra noi produttori, con i nostri enologi e i cantinieri», commenta la presidente Venerosi Pesciolini. «Ci aiuta molto nei rapporti umani e anche per questo siamo molto uniti. Abbiamo concluso un corso sulla **sostenibilità**, aspetto che per i produttori consorziati è centrale. Non è un caso che il 90% delle aziende siano certificate o in biologico o Sqnpi o biodinamico».

Le iniziative nel medio-lungo termine

Gli obiettivi futuri, come ci spiega la presidente, saranno quelli di

allargare la base sociale (insistono sul territorio aziende che sono brand noti, come Tenuta Podernovo dei Lunelli e Casanova della Spinetta che non fanno ancora parte dell'associazione), realizzare una **zonazione con l'Università di Pisa** e mappare il territorio attraverso la collaborazione di **Alessandro Masnaghetti**, noto cartografo. «Stiamo continuando a lavorare», racconta **Riccardo Gabriele**, coordinatore consortile e responsabile della comunicazione, «sull'**incoming di giornalisti stranieri e italiani**. Abbiamo partecipato a Wine Paris con un nostro stand consortile e a Vinitaly. Abbiamo creato delle schede conoscitive per ogni singola azienda, abbiamo presentato i consorziati sui social (Facebook e Instagram). Nell'autunno del 2025 sono in programma degli incontri con i **buyer della Norvegia**, a gennaio 2026 andremo a **New York**, per un evento aperto a stampa e trade. Nel futuro rifaremo il sito web e abbiamo in preventivo altri progetti interessanti, ma è ancora prematuro parlarne».

Il territorio delle Terre di Pisa

A nord l'areale confina con l'Arno, a ovest con i Monti Livornesi e il Mar Tirreno; a est con il fiume Elsa e a sud con le Colline Pisane. I comuni all'interno della denominazione sono 17, anche se otto sono quelli con più presenza di produttori consorziati. In testa **Terricciola**, città del vino, poi **Peccioli, San Miniato, Palaia, Fauglia, Crespina-Lorenzana, Ponsacco, Montopoli Val d'Arno**. Il mare dista da Fauglia, il comune più prossimo, circa 15 chilometri in linea d'aria, mentre il più lontano è San Miniato, a circa 60 chilometri in linea d'aria. I comuni più vicini beneficiano del suo influsso positivo per il fattore luce, per il clima, per le sue brezze. La presenza di colline, di fiumi e torrenti, con la vite integrata in un **ecosistema unico**, in cui vigneti si alternano a **boschi, oliveti e seminativi** creano un paesaggio impressionante. I **suoli** presentano notevoli **differenze da zona a zona**: argillosi, limosi, sabbiosi, calcarei con fossili e conchiglie. Gli **ettari vitati** sono **4.000**, di cui **350 rivendicati a Doc** (dati al 2024).

Punti di forza e margini di sviluppo

Il territorio è ancora poco conosciuto e ha una potenzialità molto alta di svilupparsi come destinazione enoturistica. Circa **la metà delle aziende** consorziate offre esperienze di degustazione. «All'interno della denominazione esiste un'**ampia varietà di racconti**», racconta il coordinatore Riccardo Gabriele. «Le Cantine sono tutte molto differenti tra loro, con una storia a sé. I terreni sono molto diversificati, interagendo quindi in modo originale, insieme ad altri fattori umani alla realizzazione di vini che sono moderni; c'è **varietà nei vitigni**. Inoltre, il livello dei vini, pregevole, viene proposto ad un **prezzo**

adeguato».



I numeri in Italia e all'estero

Attualmente la **produzione a Doc**, stabile negli ultimi anni, è di **500.000 bottiglie**, distribuite nel canale **Horeca al 60%**, in Gdo al 10% e il restante in vendita diretta. La quota dell'**export è del 35%** e si stanno cercando nuovi sbocchi, soprattutto in Svezia, Danimarca, Norvegia ma anche Svizzera.

«Nei mercati internazionali registriamo interesse», dichiara la presidente Venerosi Pesciolini, «Il fatto di essere una denominazione giovane incuriosisce. E nel momento in cui il contatto avviene, è facile fare un **racconto a partire da Pisa**, città nota in tutto il mondo, e mostrare le nostre peculiarità. Il nostro è un **vino contemporaneo**, che incontra le esigenze del pubblico e soprattutto offre **qualità ad un prezzo corretto**». Bisogna però mettere in conto che iniziare in questi tempi complicati, rispetto ad altri che hanno costituito una Doc 30 o 40 anni fa, quando era più facile emergere, richiede un maggior impegno, considerando che il settore odierno è vasto e molto competitivo. La produzione è ancora poca per poter avere un impatto sui mercati, occorrerebbe rivendicare maggiormente la Doc.