



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 **zonaione 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 racconto**», 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.