

Coldiretti Abruzzo: la Regione punti sul Cerasuolo con campagna media e investimento condiviso

3 Settembre 2026

di **Redazione**



PESCARA – Produzione in calo, consumi più consapevoli e una nuova generazione alla ricerca di prodotti freschi, versatili e identitari. In questo scenario l’Abruzzo ha già la sua risposta: il Cerasuolo d’Abruzzo Doc. Mentre in molte campagne è iniziata la vendemmia dei “rossi”, Coldiretti Abruzzo lancia una sfida alla Regione e chiede di trasformare uno dei vini più caratteristici del territorio nel simbolo della nuova vitivinicoltura regionale.

“Il mercato del vino sta cambiando rapidamente – spiega Coldiretti Abruzzo in una nota – diminuiscono i consumi a livello mondiale, evolvono gli stili di vita e cresce l’attenzione verso un approccio più consapevole al consumo. A cambiare sono anche i gusti, soprattutto delle nuove generazioni, che guardano con crescente interesse a vini capaci di unire qualità, identità, freschezza e versatilità”.

“Proprio in questa trasformazione si apre una grande opportunità per il territorio. E il

protagonista può essere il Cerasuolo d'Abruzzo Doc, vino ottenuto da uve Montepulciano e caratterizzato da un colore e uno stile originale, capace di distinguersi per freschezza, struttura e capacità di abbinamento. Per anni abbiamo cercato di inseguire i mercati – sottolinea il presidente di Coldiretti Abruzzo, **Pietropaolo Martinelli** – . Oggi dobbiamo fare il contrario: partire da ciò che rende l'Abruzzo unico. Il Cerasuolo non è semplicemente uno dei nostri vini più rappresentativi, ma può diventare il simbolo della nuova vitivinicoltura abruzzese”.

Un vino che, secondo Coldiretti, intercetta molti dei cambiamenti in atto: si serve fresco, accompagna con facilità la cucina contemporanea, è adatto a occasioni di consumo diverse e può essere apprezzato durante tutto l'anno. Una versatilità che assume ancora maggiore valore in un contesto segnato da estati sempre più calde e da consumatori orientati verso vini più freschi e dinamici.

Da qui la proposta alla Regione di mettere in campo una strategia organica di valorizzazione del Cerasuolo d'Abruzzo Doc, sostenuta da una campagna di comunicazione continuativa su televisione, radio, web e social media e da un investimento condiviso con la filiera.

“L'Abruzzo ha una straordinaria biodiversità vitivinicola e produzioni di assoluto valore – continua il direttore regionale della Coldiretti **Marino Pilati** – . Ma oggi non basta produrre qualità: occorre renderla riconoscibile. Il Cerasuolo può diventare il nostro ambasciatore nel mondo perché è un vino che nessun altro territorio può raccontare con la stessa autenticità”.

L'obiettivo di Coldiretti Abruzzo è rafforzare il posizionamento del Cerasuolo sui mercati nazionali e internazionali, ma anche parlare a un pubblico più giovane attraverso un linguaggio nuovo, capace di raccontare il vino come espressione di cultura, paesaggio, convivialità e consumo responsabile.

“Nel documento trasmesso alla Regione, Coldiretti richiama inoltre la necessità di accompagnare la promozione con misure di governo del mercato, tutela dell'origine, semplificazione burocratica e sostegno agli investimenti – sottolinea Pilati – . La valorizzazione del Cerasuolo rappresenta però la sfida più ambiziosa: trasformare un'eccellenza regionale in un vero marchio identitario, capace di trainare e rafforzare l'immagine dell'intero Abruzzo vitivinicolo”.

“Per troppo tempo il Cerasuolo è stato considerato un prodotto di nicchia – conclude Pilati – Oggi può diventare il vino simbolo di un nuovo modo di bere vino: moderno, identitario, trasversale e profondamente legato al territorio. È su questa unicità che l'Abruzzo deve costruire la propria strategia di crescita”.