vinetur

Italia reconoce oficialmente la denominación Nizza DOCG para impulsar su salto internacional

La denominación de barbera agrupa a 97 bodegas, exporta el 55% y aspira a quintuplicar su producción

miércoles 1 de julio de 2026



La denominación italiana Nizza DOCG, una de las referencias de la barbera en el Piamonte, ya cuenta con un consorcio propio. El Ministerio de Agricultura de Italia reconoció el Consorzio del Nizza Docg el pasado 22 de junio y su presentación pública

tuvo lugar este martes, 30 de junio, según informó WineNews. La nueva entidad nace como evolución de la Associazione Produttori del Nizza, fundada en 2002, y asume funciones de protección, promoción y puesta en valor de la denominación.

La presidencia del nuevo organismo recae en Stefano Chiarlo, al frente de la bodega Michele Chiarlo. Le acompañan como vicepresidentes Gianni Bertolino, de Tenuta Olim Bauda, y Daniele Chiappone, de Erede di Chiappone Armando. El primer consejo de administración incorpora también a representantes de Bava, Coppo, Cossetti Vini, Da Casto Duilio, Damerio, Durio Adriano, Cantina Sociale Tre Secoli, Tenute Garetto, La Gironda, Cantina Sociale Vinchio Vaglio, Cascina Garitina y Cantina Sociale di Nizza Monferrato.

Según la información difundida por la propia denominación, el reconocimiento llega después de alcanzar los requisitos de representatividad previstos por la normativa italiana. Eso permitirá al consorcio actuar con eficacia sobre el conjunto de la denominación y no solo sobre sus asociados. En la práctica, podrá extender su actividad a todo el ámbito productivo del Nizza Docg.

Chiarlo señaló que el nuevo consorcio da forma a una aspiración que los productores mantenían desde hace casi 25 años. También explicó que uno de los primeros objetivos será conservar el espíritu con el que nació la asociación original: servir como espacio de trabajo común para las bodegas y como herramienta para reforzar el valor del territorio.

El Nizza Docg se produce en el corazón del Monferrato, dentro del sitio Unesco “Paisajes vitivinícolas del Piamonte: Langhe-Roero y Monferrato”. La denominación está ligada a la variedad barbera y a una zona concreta en la que, según sus productores, esta uva alcanza una expresión de alto nivel por la combinación de suelos, clima y tradición vitícola.

La historia administrativa del vino es reciente. En 2000 fue reconocida la subzona Nizza dentro de Barbera d’Asti Superiore. Dos años después nació la asociación de productores. En 2008 Barbera d’Asti obtuvo la Docg con un pliego de condiciones más estricto. El paso definitivo llegó en 2014 con la creación de la denominación Nizza Docg y con la incorporación de las categorías Riserva y Vigna.

En este momento, el consorcio reúne a 97 empresas que elaboran Nizza con viñedos situados en los 18 municipios del área de producción, con centro en Nizza Monferrato. Los datos aportados por la organización sitúan las ventas de 2025 en torno a 1 millón de botellas, con más de 180 etiquetas en el mercado y un valor total cercano a los 30 millones de euros.

La exportación representa el 55% del volumen comercializado y se concentra sobre todo en el canal Horeca. La presencia exterior alcanza más de 40 mercados internacionales, con especial peso en Suiza, el norte de Europa, Reino Unido y Norteamérica. Para el sector de bebidas, este movimiento apunta a una mayor estructura comercial e institucional para un vino premium italiano que ya tiene recorrido fuera de su país y que puede ganar presencia en restauración especializada y distribución selectiva.

Uno de los datos que más interés despierta entre los productores es la superficie aún disponible para ampliar la producción bajo esta denominación. WineNews recoge que existen unas 720 hectáreas todavía potencialmente reivindicables como Nizza Docg. Esa base permitiría elevar el volumen elaborado si más bodegas deciden incorporarse al proyecto o destinar parte de sus viñas a esta categoría.

El objetivo a largo plazo fijado por Chiarlo es alcanzar entre 4 y 5 millones de botellas. La intención, según sus palabras, es hacerlo sin perder identidad territorial y sumando nuevas empresas que compartan esa línea de trabajo. El presidente también abrió la puerta a colaboraciones con otros consorcios vinícolas italianos para acciones conjuntas de promoción, entre ellos el de Alta Langa, conocido por sus espumosos.

La creación del Consorzio del Nizza Docg refuerza así la organización interna de una denominación joven pero ya asentada en precio y posicionamiento. También ordena su interlocución con las instituciones y con los mercados exteriores en un momento en el que muchas zonas vitivinícolas italianas buscan ganar tamaño sin diluir su perfil. En el caso del Nizza Docg, esa estrategia pasa por unir protección legal, promoción comercial y una narrativa común sobre origen, variedad y territorio.