vinetur

Taylor Fladgate riduce del 24% il peso della bottiglia del Porto

Il restyling preserva la forma tradizionale del marchio riducendo le emissioni legate al packaging su oltre 2,5 milioni di bottiglie all’anno

giovedì 23 luglio 2026



Taylor Fladgate ha iniziato a introdurre una bottiglia più leggera per i suoi vini Porto di pregio, nell’ambito di un più ampio sforzo dei produttori di vini premium per ridurre le emissioni legate al packaging senza modificare l’aspetto che i consumatori associano ai marchi storici.

L’azienda ha affermato che la bottiglia ridisegnata riduce il peso del vetro del 24%, portando ogni bottiglia da 1,28 libbre a 0,97 libbre. Il nuovo formato mantiene la forma familiare della casa, un aspetto chiave per un produttore la cui immagine è strettamente legata alla tradizione nella categoria del Porto.

Su una produzione annua di oltre 2,5 milioni di bottiglie, Taylor Fladgate prevede che il cambiamento consentirà di risparmiare circa 772.000 libbre di vetro all’anno. Stima inoltre una riduzione annua di circa 462.000 libbre di emissioni di anidride carbonica legate al packaging.

Il restyling arriva in un momento in cui i produttori di vino sono sottoposti a una pressione crescente per ridurre il costo ambientale del vetro pesante, da tempo associato alla qualità nel vino premium. In categorie come il Porto, dove eredità e presentazione restano centrali per l’identità del marchio, ridurre il peso della bottiglia può essere più difficile che nei segmenti di massa, perché i produttori rischiano di alterare un packaging che i consumatori riconoscono immediatamente sugli scaffali e nelle carte dei vini.

Taylor Fladgate ha detto di aver scelto di non sostituire la propria bottiglia con un design completamente nuovo. Ha invece rivisto il modello esistente per preservare gli elementi distintivi che definiscono il marchio da decenni. L’azienda ha affermato che il lavoro ha richiesto quasi due anni e ha incluso ricerche, diversi prototipi di design, prove industriali, validazione sulla linea di imbottigliamento e approvazioni regolatorie prima del lancio.

Il progetto della bottiglia viene presentato anche come il principale passo finora compiuto in un più ampio programma di packaging di Fladgate Family Wines, il gruppo che controlla Taylor Fladgate. Secondo l’azienda, questo sforzo più ampio comprende chiusure biodegradabili a base di fibre, un maggiore impiego di vetro riciclato e materiali di presentazione più leggeri in tutto il portafoglio.

La mossa riflette un cambiamento più ampio nel settore del vino, dove i produttori guardano oltre vigneti e cantine per ridurre le emissioni nelle catene di approvvigionamento. La produzione e il trasporto del vetro restano importanti fonti di impatto ambientale, soprattutto per i vini spediti a livello internazionale. Una bottiglia

più leggera può ridurre sia l’uso di materie prime sia le emissioni legate al trasporto, anche se i produttori nelle categorie di lusso spesso incontrano resistenze se i cambiamenti vengono percepiti come un indebolimento dei segnali visivi o tattili associati al prestigio.

Per Taylor Fladgate, la sfida era particolarmente delicata perché la forma della bottiglia fa parte del modo in cui i consumatori identificano il Porto di pregio. Mantenendo la silhouette consolidata e riducendo il peso, l’azienda cerca di dimostrare che le misure di sostenibilità non devono necessariamente andare a scapito della continuità del marchio.

L’introduzione segna uno degli esempi più chiari nel vino fortificato di un produttore che cerca di conciliare obiettivi ambientali e codici tradizionali del packaging. Con sempre più case premium che rivedono il design delle bottiglie, progetti simili sono destinati a diventare una componente più importante del modo in cui le aziende vinicole affrontano le emissioni proteggendo al tempo stesso la propria identità di mercato.