vinetur

L’Italia approva una legge che riserva la Gran Selezione alle denominazioni già abilitate prima del 2026

La modifica tutela il vertice del Chianti Classico, impedendo alla più ampia denominazione Chianti di adottare in seguito la stessa dicitura

venerdì 13 novembre 2026



L’Italia ha approvato una modifica alla legge sul vino che riserva la dicitura Gran Selezione alle denominazioni che l’avevano già inserita nei propri disciplinari di produzione prima del 1° gennaio 2026. La misura tutela il vertice della piramide del Chianti Classico e mette fine a una lunga disputa con la più ampia denominazione Chianti.

Il Senato italiano ha dato l’approvazione definitiva al disegno di legge ColtivaItalia il 4 novembre. Il provvedimento modifica l’articolo 31 del testo unico italiano sul vino del 2016, noto come legge 238/2016. La nuova formulazione stabilisce che la dicitura Gran Selezione può essere utilizzata soltanto per vini a denominazione protetta il cui disciplinare ne consentisse e regolamentasse già l’uso prima dell’inizio del 2026, purché siano rispettati i requisiti di legge previsti per tale menzione.

Per il Chianti Classico la modifica è significativa, perché la Gran Selezione rappresenta il livello più alto della denominazione dal 2014. L’emendamento impedisce ad altre denominazioni di adottare in seguito la stessa dicitura, rafforzando il diritto del Chianti Classico a una categoria che i produttori della zona lavorano da oltre un decennio per affermare nel segmento premium. Al momento della diffusione della notizia, il disegno di legge aveva completato l’iter parlamentare, ma non erano ancora stati confermati né la pubblicazione nella Gazzetta Ufficiale né la data di entrata in vigore.

La questione è da anni fonte di tensioni in Toscana. Nel novembre 2019 il consorzio del Chianti DOCG ha avviato un percorso per modificare il proprio disciplinare e introdurvi la Gran Selezione. La proposta è stata contestata dal consorzio del Chianti Classico, secondo cui la dicitura era diventata centrale nella strategia di differenziazione dei suoi vini e di valorizzazione del loro prezzo. La modifica richiesta per il Chianti DOCG non ha ottenuto l’approvazione ministeriale, ma la questione giuridica più ampia è rimasta aperta. Nel 2022 la Regione Toscana ha scelto di non prendere posizione sull’introduzione della Gran Selezione per il Chianti, mentre la disputa era ancora in corso.

La nuova legge sembra risolvere la questione a favore di chi già utilizzava la dicitura. Vincolando l’ammissibilità alle denominazioni che la regolamentavano prima del 1° gennaio 2026, i legislatori hanno adottato un criterio di salvaguardia delle situazioni

esistenti, anziché consentirne una diffusione più ampia. La stessa disposizione introduce inoltre il termine Supremo come menzione tradizionale distinta nell'ambito delle norme italiane sul vino, anche se non è ancora chiaro come potrà essere applicata alle diverse denominazioni una volta entrata in vigore la legge.

La disputa ha attirato l'attenzione perché i consumatori spesso confondono Chianti e Chianti Classico, sebbene si tratti di due distinte denominazioni DOCG, con territori, disciplinari e gruppi di produttori diversi. Il Chianti Classico proviene dalla zona storica tra Firenze e Siena ed è identificato dal simbolo del gallo nero utilizzato dal consorzio. Il Chianti DOCG copre un'area più ampia della Toscana e comprende diverse sottozone. Entrambi sono incentrati sul sangiovese, ma seguono regole di produzione differenti e hanno sviluppato strategie di mercato diverse.

La distinzione è importante in etichetta. L'uso della stessa dicitura di alta gamma per denominazioni diverse avrebbe potuto rendere più difficile per gli acquirenti, soprattutto fuori dall'Italia, comprendere la differenza tra le due categorie. Limitando la Gran Selezione alle denominazioni che l'avevano già istituita, la legge potrebbe ridurre la confusione e rafforzare il legame tra una dicitura di valore elevato e una specifica identità vinicola. Per il settore delle bevande nel suo complesso, ciò potrebbe favorire standard di etichettatura più chiari e tutelare il posizionamento internazionale di un segmento premium toscano che fa largo affidamento sull'origine e sulla riconoscibilità del marchio.

La Gran Selezione è stata inserita nel 2014 nella piramide qualitativa del Chianti Classico, al di sopra di annata e riserva. Per essere ammesso alla categoria, il vino deve rispettare requisiti più rigorosi rispetto alle altre tipologie di Chianti Classico. Il disciplinare prevede almeno il 90% di sangiovese, uve provenienti esclusivamente dai vigneti di proprietà del produttore e un periodo minimo di affinamento di 30 mesi, di cui almeno tre in bottiglia. In etichetta i produttori possono inoltre indicare le Unità Geografiche Aggiuntive, per identificare zone di provenienza più specifiche all'interno della denominazione.

Nel tempo, la categoria è diventata un importante strumento commerciale per i produttori di Chianti Classico. Secondo i dati citati dal Consorzio Vino Chianti Classico, quando la categoria è stata introdotta nel 2014 le aziende con vini certificati Gran Selezione erano 33. Oggi il consorzio dichiara che 197 aziende hanno ottenuto almeno una certificazione Gran Selezione, per un totale di 256 etichette. La categoria rappresenta comunque solo circa il 5% della produzione complessiva di Chianti Classico: una quota ridotta, ma influente, della produzione della denominazione.

Questi numeri aiutano a capire perché la tutela giuridica sia importante. Una menzione che rappresenta una quota limitata della produzione può comunque avere un peso sproporzionato sui mercati export, nelle carte dei ristoranti e nel commercio specializzato. Le tipologie premium sono spesso utilizzate per segnalare la qualità, giustificare prezzi più alti e distinguere i vini di una regione da quelli dei concorrenti più vicini. Per il Chianti Classico, i produttori sostengono che la Gran Selezione non sia semplicemente una categoria legata all'affinamento, ma parte di un più ampio progetto volto a presentare vini legati ai singoli territori e ad accrescere il valore percepito della denominazione.

L'evoluzione della categoria si è riflessa anche nei portafogli dei produttori. Un esempio citato dalla stampa enologica italiana è Rancia di Fèlsina, entrato nella categoria Gran Selezione con l'annata 2021, nell'ambito geografico di Castelnuovo Berardenga. Casi come questo mostrano come i produttori abbiano utilizzato la menzione per riposizionare vini affermati in una fascia superiore, rafforzandone al contempo il legame con il luogo d'origine.

Secondo i sostenitori della modifica, la norma offre ai produttori maggiori certezze sugli investimenti già effettuati nei vigneti, in cantina e nella promozione in relazione alla Gran Selezione. Poiché l'emendamento non modifica i requisiti di produzione del Chianti Classico, il suo effetto riguarda soprattutto chi può utilizzare la dicitura, non le modalità di produzione del vino. La distinzione è importante per le aziende che gestiscono giacenze ed etichette su più mercati, dove la chiarezza normativa può influire sulle decisioni relative al packaging, sulle comunicazioni ai distributori e sulle strategie di marca a lungo termine.

Giovanni Manetti, presidente del consorzio del Chianti Classico, ha definito l’approvazione del Senato un risultato importante e ha affermato che i produttori lavorano da anni per difendere l’identità e il valore del progetto. Le sue parole riflettono l’argomento centrale sostenuto dai produttori del Chianti Classico nel corso della disputa: la Gran Selezione è diventata una componente distintiva dell’identità premium della denominazione e non dovrebbe essere estesa a un’altra denominazione, dotata di regole e territorio propri.

Il provvedimento pone ora il Chianti Classico in una posizione giuridica più solida, se e quando la modifica sarà pubblicata ed entrerà in vigore. Fissa inoltre un precedente per il modo in cui l’Italia potrebbe disciplinare in futuro le menzioni tradizionali del vino, bilanciando gli interessi delle denominazioni alla ricerca di nuovi strumenti di marketing con le rivendicazioni di quelle secondo cui una dicitura ha già acquisito un significato specifico sul mercato. Per cantine, importatori e rivenditori, gli effetti pratici si vedranno soprattutto sulle etichette e nel linguaggio di vendita: nell’ambito della legge italiana, la Gran Selezione resterà legata a un insieme più ristretto di vini.