

LE DUE DOCG DEL PROSECCO,
 CONEGLIANO VALDOBBIADENE
 E ASOLO, ESPRIMONO
 UN PRODOTTO DISTINTIVO
 RISPETTO AL DOC: NUMERI
 RIDOTTI, ESPRESSIONE
 DI UN TERRITORIO AFFASCINANTE
 E CHE PUNTA A VALORIZZARE
 IL PATRIMONIO UNESCO
 PER LA PRIMA DOCG, LA FAMA
 DI ASOLO PER LA SECONDA

BOLLICINE DI COLLINA

di Alessandra Piubello

Le due docg del **Prosecco** rappresentano una minoranza in termini quantitativi, rispetto al mare magnum della produzione doc, ma sono il prodotto naturalmente destinato alla fascia alta della ristorazione, del fuori casa in generale e anche della gdo italiana. Si parla di poco più di cento milioni di bottiglie nel 2018, sommando la denominazione del **Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore docg**, che ne faceva oltre 90 milioni, e della 'piccola' **Asolo Prosecco docg**, contro 500 milioni di bottiglie della doc. La prima denominazione, quella del territorio di Conegliano e Valdobbiadene, comprende 112 vitivinicoltori, che detengono una quota di circa il 13% sulla produzione della denominazione, 7 cooperative di I° e II° livello che contribuiscono per il 25% circa, 35 imbottigliatori trasformatori (21% del volume della produzione) e 28 imbottigliatori puri (41% del volume). Gli ettari sono 8.446, 90.6 milioni le bottiglie prodotte per un valore totale della produzione che sfiora i 490 milioni di euro.

IL TRAGUARDO UNESCO

Innocente Nardi si avvicina al termine del suo mandato, il terzo da presidente, in un Consorzio di tutela del Conegliano Valdobbiadene privo di direttore dal 2016. Un passaggio, quello

TOP 10 PER FATTURATO - PROSECCO DOCG

		Fatturato 2018	Var. % 2018/17	Ebitda% 2018
1	VILLA SANDI	94	8	8
2	MIONETTO	86	10	9
3	VALDO	62	8	1
4	ASTORIA	51	3	13
5	VALDOBBIADENE	50	5	8
6	SOLIGO	36	4	3
7	BACIO DELLA LUNA (SCHENK)	34	-15	7
8	MONTELLIANA	27	43	6
9	MONTELVINI	24	11	10
10	VENEGAZZÙ	22	-7	2
	TOTALE	486	6	7

valori in milioni di euro
Fonte: Pambianco

dell'assunzione della principale figura interna, di cui si dovrà occupare il prossimo cda. Gli ultimi dati sull'export della denominazione risalgono al 2018, e indicavano un leggero calo. "L'Italia però ha incrementato – sottolinea Nardi – consentendoci di raggiungere i dati di vendita dell'anno precedente. Nel 2019 il totale delle bottiglie vendute è intorno ai 92 milioni, quindi non possiamo lamentarci". Il suo ultimo mandato passerà agli annali per la 'conquista' del riconoscimento delle colline del Prosecco Superiore a Paesaggio dell'Unesco. "Noi abbiamo un'identità che si basa sulla vocazione del territorio, che ci è stata riconosciuta a livello internazionale – afferma Nardi – e con le modifiche al disciplinare introdotte l'anno scorso, fra le altre, abbiamo voluto valorizzare le Rive, per far capire le differenze e le specificità di queste ripide colline. Abbiamo lavorato fin dal 2011 con il protocollo vitivinicolo per la sostenibilità e da gennaio '19 siamo il più vasto territorio vinicolo d'Europa senza utilizzo di glifosato". L'eliminazione del noto diserbante è un passo in più lungo la strada della protezione sostenibile, e spinge Nardi ad affermare che: "L'ecosistema è sempre stato tutelato, oltre il 50% del territorio è bosco ed esiste una biodiversità notevole. Dal 1969, anno della doc, la zona vitivinicola non è mai stata ampliata". Tra i punti di forza del territorio, Nardi indica la storia, la cultura enologica (la prima scuola enologica italiana è stata fondata a Conegliano nel 1876, nda), la qualità intrinseca

degli spumanti "che sono anche un prodotto culturale, frutto di una comunità attiva sotto vari profili: artistici, artigianali, letterari". I punti di debolezza? "La comunicazione deve essere più incisiva per far capire le nostre peculiarità", sostiene il 'quasi ex' presidente.

PAROLA AI LEADER

Tra le aziende che operano nei territori del Prosecco docg, il leader per fatturato è **Villa Sandi**, che opera con i marchi La Gioiosa per la grande distribuzione organizzata con 19 milioni



Innocente Nardi, presidente del Consorzio di tutela Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore docg

In apertura, una veduta del territorio patrimonio Unesco



La famiglia Serena di Montelvini e, a destra, Alessio Del Savio (Mionetto)



di bottiglie nel 2019, in crescita negli ultimi 3 anni di più di un milione di bottiglie all'anno, e con Villa Sandi per il canale horeca. “La Gioiosa – spiega Giancarlo Moretti Polegato, presidente dell’azienda con sede a Crocetta di Montello – viene distribuita per il 65% all’estero e nasce nel ‘75 come azienda autonoma, per poi confluire nel 2016 in Villa Sandi. I due marchi sono sinergici e si supportano, pur avendo due canali differenti. Siamo contenti di aver trovato l’anno scorso un distributore dedicato negli Stati Uniti per La Gioiosa, dove da 10 anni già distribuivamo Villa Sandi tramite Mondavi, e abbiamo progetti importanti con loro. Il nostro gruppo ritiene fondamentale far capire bene le differenze del territorio di Valdobbiadene promuovendo l’enoturismo, facendo visitare le varie tenute per far comprendere le peculiarità. Però ritengo che i tre consorzi, con le due docg e la doc, non abbiano fatto squadra a sufficienza. Si sono messi insieme per la tutela ma non per la promozione che è fondamentale, perché il futuro sta nell’essere uniti, ognuno con le proprie specificità”.

Mionetto, storica azienda fondata nel 1887, è al secondo posto in graduatoria. La proprietà è del gruppo Henkell Freixenet, il leader europeo delle bollicine con interessi in Germania nel Sekt e in Spagna nel Cava. La gestione è stata affidata dalla casa madre a un board composto dal direttore tecnico ed enologo **Alessio Del Savio**, dal direttore commerciale **Robert Ebner**, dal direttore finanziario **Marco Tomasin** e dal direttore marketing **Paolo**

Bogoni. Quest’ultimo fornisce un po’ di numeri su Mionetto: “Nel 2019 sono stati raggiunti i 30 milioni di bottiglie vendute nel mondo. Oggi l’export rappresenta circa il 63% del fatturato di Mionetto grazie anche all’internazionalità e alla forza commerciale e distributiva del nostro gruppo, che conta 30 consociate nel mondo e ci permette di essere presenti in oltre 70 Paesi”. In Italia, aggiunge Robert Ebner, le vendite sono praticamente equiparate tra il canale moderno (3,5 milioni di bottiglie vendute) e quello tradizionale (3,4 milioni di bottiglie vendute). “In totale nel comparto gdo nel 2019 abbiamo generato oltre 21 milioni di ricavi”, precisa il direttore commerciale, mentre il canale horeca è apparso stabile, ha espresso ottimi margini e una crescita più accelerata sul comparto del Prosecco spumante (+ 9% a volume). “Abbiamo registrato una lieve perdita di volumi sulle cuvée ma lo avevamo previsto. Contrariamente ad altre cantine, non abbiamo abbassato i prezzi”, rimarcano in Mionetto. Quanto al futuro della denominazione Conegliano Valdobbiadene, ecco il parere di Del Savio: “Dopo un paio d’anni di difficoltà in ambito commerciale, nell’ultimo periodo la denominazione si sta riprendendo, probabilmente anche visto il ridimensionamento del prezzo del vino base durante l’ultima vendemmia in particolare. Tra le priorità che il Consorzio deve avere, quella centrale deve essere la valorizzazione delle bollicine storiche del Prosecco Superiore, spiegandone al consumatore peculiarità e

differenze rispetto a quelle della più vasta area del Prosecco doc”.

Nella top five compaiono poi **Valdo**, storica realtà del territorio (fu fondata nel 1926 a Valdobbiadene), che oggi esporta il 50% della produzione e controlla una superficie di 155 ettari di vigneti: nel 2018 aveva ottenuto 62 milioni di ricavi. E poi a seguire **Astoria**, con 51 milioni di incassi, e la cooperativa **Cantina Produttori di Valdobbiadene**, realtà da 600 soci e 11 milioni di bottiglie (il marchio di riferimento è **Val D'Oca**), con 50 milioni. **Giorgio Polegato**, presidente di Astoria, condivide il pensiero dell'enologo di Mionetto in merito alla denominazione di Conegliano Valdobbiadene. “Ci vuole un dialogo costruttivo fra i tre consorzi – sostiene – per il bene del territorio e non per i singoli interessi. Poi ogni produttore deve impegnarsi responsabilmente per trasmettere il valore differente della collina. Credo che bisognerebbe renderlo anche immediatamente visibile sulla bottiglia, con un bollino o con un marchio ben identificativo”.

LA PICCOLA ASOLO

Ugo Zamperoni, eletto presidente nel giugno '19 dell'Asolo Prosecco docg, snocciola i dati della denominazione: “La compagine è composta da 3 cantine sociali, 89 soci produttori del Consorzio, 33 imbottiglieri su 2mila ettari ad Asolo Prosecco, con una produzione di 17 milioni nel 2019 (+ 35% sul 2018), e un export al 60%. Il nostro primo mercato sono gli Stati Uniti, dove siamo presenti con 11 milioni di bottiglie”. Il primo produttore specifico della docg è **Montelvini**, che ha chiuso il 2019 con un incremento di fatturato pari all'11,3 per cento. “Negli ultimi anni – ci spiega il presidente **Armando Serena**, che ha passato ai figli la gestione aziendale, con Alberto Serena nel ruolo di amministratore delegato e Sarah Serena di direttore generale – stiamo crescendo bene. Nel 2019 la vendita di bottiglie Asolo Prosecco docg è aumentata del 54%. L'export è di circa il 30% in 50 Paesi. Vorremmo essere alfieri dell'Asolo di qualità, e abbiamo in mente anche un progetto decennale con investimenti aziendali importanti, anche in ottica dell'enoturismo per la nostra bella cittadina. Proseguiamo con il progetto del vigneto ritrovato, l'unico nel cuore di Asolo”.



Dall'alto: Ugo Zamperoni (presidente del Consorzio Asolo Prosecco docg), Giancarlo Moretti Polegato (Villa Sandi), Giorgio e Paolo Polegato (Astoria)