

Il Prosecco secondo Adami: più valore e un'identità da difendere insieme

scritto da Gian Omar Bison | 5 Giugno 2025



Franco Adami, presidente del Consorzio Conegliano Valdobbiadene, racconta la sua visione sul futuro del Prosecco: valorizzare l'identità territoriale, ridurre le rese per aumentare la qualità e costruire un sistema produttivo orientato al bene comune. Una storia familiare, imprenditoriale e umana che attraversa tre generazioni tra tradizione, innovazione e senso di responsabilità.

Te lo racconta con la pacatezza, la rotondità di pensiero e la diplomazia del gran ciambellano che ha indossato nuovamente i galloni da Presidente del Consorzio Conegliano Valdobbiadene Docg. E non tralascia nulla della storia e delle peculiarità del suo Prosecco, un vino, secondo Franco Adami, moderno e di

prospettiva come pochi. E come pochi, a suo dire, in grado di blandire e lusingare i nuovi consumatori, i giovani avventori titubanti, gli indecisi da adulare e stuzzicare: fresco, godibile fuori pasto, non troppo alcolico, aromatico e pure versatile quanto basta in abbinamento. Il fenomeno Prosecco è senza dubbio tra i figli prediletti di una terra laboriosa e tenace, tra il Friuli Venezia Giulia ed il Veneto, “ma nato, cresciuto e diventato famoso a Conegliano e Valdobbiadene” puntualizza Franco. Un successo riconosciuto e pianificato negli ultimi decenni, cullato da un’imprenditoria visionaria e concreta allo stesso tempo. Tra i top seller nel mondo è tra i vini più resilienti alle nuove e diverse modalità di consumo di alcol e per questo tra i più contemporanei. Stratificato nella famosa piramide del valore che vede alla base il Prosecco Doc (660 milioni di bottiglie nel 2024) e a salire le due Docg “Asolo Prosecco Superiore” (30 milioni di bottiglie) e “Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore” con anche, verso l’apice, le declinazioni “Rive” e “Cartizze” (96 milioni di bottiglie), il “mondo Prosecco” non intende abbassare la guardia. E nemmeno Franco. “Tutti i produttori, io compreso, devono capire che tutto quanto viene scritto in etichetta è un bene comune. Se tutti lavoriamo prima per il bene comune e poi ci applichiamo il brand e il valore del marchio aziendale, si guadagna tutti due volte e si fa del bene tre volte: al consumatore, all’area di produzione e alla propria azienda. Questa responsabilità sociale di tutti i produttori va rivista e migliorata. Tra 10 o 20 anni? Se questa cosa riusciamo a metterla in pratica il fenomeno Prosecco continuerà a durare per decenni perché è conosciuto e piace a tutti e a Valdobbiadene se ne trova la più autentica espressione. Noi produttori dobbiamo dimostrarlo accontentandoci di meno bottiglie prodotte, con rese ad ettaro più contenute, ad un prezzo di conseguenza adeguato ma alla portata di tutti”. E allora avanti nella convinzione, radicata in Franco, che il “Conegliano Valdobbiadene” possa essere un vino più longevo e godibile nel tempo di quanto si pensi. E avanti nel perorarne le occasioni di consumo considerate le caratteristiche di

freschezza e di alcolicità contenuta. “Tante cose – puntualizza Franco – vengono bevute perché fanno status, “l’è figo e no me intaressa se xe bon”. Però quando sento i locali modaioli che sanno spiegare con dovizia di particolari al loro ospite i sette gin che hanno in carta e quando devono spiegare un Prosecco ti dicono “se te vol xe questo” allora mi convinco di quanto siamo rimasti indietro nel lavoro di comunicazione, di avvaloramento del prodotto, tanto più considerato che il Prosecco, mediamente, ti permette di bere un bicchiere in più degli altri”.

La storia e la filosofia degli Adami sono declinate soprattutto nel Vigneto Giardino acquistato da nonno Abele nel 1920. Nel 1933 diventa Riva Giardino Asciutto e viene presentato alla I^ Mostra dei Vini Tipici D'Italia a Siena: da allora le uve che ne derivano sono sempre state vinificate ed imbottigliate da sole. “È probabilmente la prima selezione da singolo vigneto fatta a Valdobbiadene. È lo stemma di famiglia e ci ha insegnato che un vigneto particolare può diventare un vino particolare. Lo facciamo da più di 100 anni considerato che datiamo l'azienda 1933 perché mio nonno disponeva di un atto di fondazione specifico, nonostante la cantina Adriano Adami sia nata formalmente nel 1956. Mio nonno e mio padre lo facevano “col fondo” e noi lo abbiamo fatto diventare spumante nel 1983”.

La filosofia dei “Casel”.

Nato esattamente nella stanza dove adesso c'è il salotto di casa a Colbertaldo di Vidor, Franco Adami, co-titolare della nota casa spumantistica è sempre vissuto lì ed ha sempre voluto occuparsi di vino. Abele Adami, il nonno viticoltore, ha creato la filosofia produttiva dell'azienda di famiglia nei primi anni del novecento. “Era viticoltore a Santo Stefano di Valdobbiadene – ricorda Franco – e disponeva di oltre una decina ettari di vigneti dai quali ricavava una gran quantità di vino per l'epoca. Quando ha comprato vigneti ed immobili a

Colbertaldo ha distribuito le attività ai tanti figli, 11 di 13 (due sono mancati molto presto) destinati alle diverse proprietà. Il figlio più giovane, Adriano, mio padre scomparso nel 2003, si è dedicato anche all'acquisto di uve e alla commercializzazione del vino con l'obiettivo di accrescere il mercato che all'epoca era limitato al Veneto. Lui iniziò a spumantizzare da giovanissimo, inizialmente con un collega dal quale in seguito si divise per dedicarsi esclusivamente all'azienda di famiglia. Vinificava e produceva soprattutto vino "col fondo" e contemporaneamente faceva spumantizzare il suo vino anche ad altre aziende". Verso la fine del 1950 la prima bottiglia prodotta insieme al fratello Aldo dal quale poi si divise alla fine degli anni 70. In quel periodo io e mio fratello Armando frequentavamo ancora le scuole superiori". Nel 1982 Adriano lasciò le redini dell'azienda ai figli Adriano, Armando e Mario che avevano percepito quanto la spumantizzazione potesse essere il futuro di quest'area. "Abbiamo da subito acquistato presse, autoclavi e imbottigliatrice e sviluppato il mercato Italiano attraverso la costruzione di una rete commerciale. Ci ha dato una grossa mano in particolare Massimo Gibellini di Verona una figura di grande spessore e notevole esperienza. Avere da subito un piglio così decisionista è stata la nostra fortuna, ma la fortuna non viene a caso: se hai un'idea chiara le opportunità da cogliere arrivano, diversamente stai al palo. Noi avevamo le idee chiare perché sapevamo bene chi fossimo e cosa volevamo in funzione delle forze e delle risorse disponibili. E così, sin dalla seconda metà degli anni ottanta siamo stati indicati tra le aziende emergenti, impegnati a sedimentare una domanda estera con la partecipazione a fiere e missioni internazionali; la prima azienda del mondo prosecco chiamata a partecipare al Merano Wine Festival nei primi anni novanta". Oggi Adami è una piccola – media azienda nell'area, con una produzione di 750.000 bottiglie circa, che esporta in 29 Paesi e copre quasi tutte le province italiane. "Ma è la filosofia che conta. Per poter dare personalità ad un vino devi avere una filosofia produttiva e solo così diventa tuo. Mio nonno

che ha partecipato alla prima mostra dei “Vini Tipici d’Italia” svoltasi a Siena nel 1933 portando i due suoi vini più buoni, il Prosecco di Cartizze asciutto e il Riva Giardino asciutto, l’ha impostata a mio padre. E Adriano che ha continuato a fare le vinificazioni separate per singola area e singolo vigneto che poi nel tempo sono diventate le zonazioni come per il Cartizze o le Rive o le Vigne, l’ha impostata a noi. Singole zone, singoli momenti di maturazione, per poi fare due cose: le grandi vigne rimangono da sole come Cartizze e Giardino e le altre, una trentina di provenienze diverse, quasi totalmente di Colbertaldo, vengono messe insieme in un rapporto sinergico che dà vita ai nostri vini più importanti per quantità come il “Bosco di Gica”, il nome del grande bosco dove oggi c’è il vigneto giardino”. L’orografia del territorio mostra bene quanto le colline del Conegliano Valdobbiadene siano diverse tra di loro ed ecco spiegato perché nel 2009 siano nate le Rive. “Abbiamo delle diversità che si possono raccontare nella qualità delle uve e del vino e anche nei paesaggi. Se le Rive sono vicine si fa fatica a percepire la differenza organolettica. Si avverte, invece, in maniera abbastanza netta per chi ha il palato allenato, la differenza tra le colline di Valdobbiadene e quelle di Conegliano o del Vittoriese. Non c’è il più buono, sono timbri diversi. È la grande opportunità che ci da questo territorio di lavorare in questo modo”. Perché sono soprannominati Casel? “Il Casel è una piccola casa che serviva come ricovero attrezzi e ce ne sono tutt’ora tra le vigne nelle colline. Piccole di dimensione ma sembra che gli avi di mio nonno ci abbiano addirittura vissuto perché una frana gli aveva portato via la casa a Santo Stefano di Valdobbiadene”.

Farò l’enologo!

“Nostro padre, lungimirante, non era intenzionato a spostare i confini di promozione e vendita del vino aziendale e tuttavia vedeva con ammirazione la voglia di uscire e di esportare di noi figli ventenni. E fu così che poco dopo aver terminati gli

studi, io nel 1980 e Armando nel 1977, e dopo aver maturato brevi esperienze in stage, ci diede le chiavi dell'azienda dicendoci: "Fate voi!". Questo voleva dire assumerci delle responsabilità che abbiamo voluto e accettato pienamente. Non contiamo le ore di lavoro perché facevamo materialmente tutto noi dalla contabilità al vigneto, dalla cantina alle fiere. Ma se ci credi prima o poi cresci e dopo aver acquistato negli anni ulteriori terreni, ad oggi lavoriamo complessivamente quattordici ettari e acquistiamo uve da una trentina di fidati conferitori con i quali valutiamo i singoli momenti di maturazione. Abbiamo due aziende: la agricola che si occupa di gestire i vigneti e la Adami che ne acquista le uve e acquista anche da terzi per poi spumantizzare e occuparsi della promozione e commercializzazione dei vini. Per trent'anni ho mangiato trenta chili di uva prima della vendemmia perché le analisi di laboratorio sono importanti, ma anche il gusto mi ha sempre orientato per capire se l'uva fosse da vendemmiare in una determinata settimana piuttosto che nella seguente. Complessivamente lavoro in vigna attento, vinificazioni attente così come le scelte di mercato. Noi facciamo solo Prosecco per la maggior parte Valdobbiadene D.O.C.G. e poi qualcosina nella D.O.C. Treviso, e non imbottigliamo il nostro vino per terzi. Partire dai vigneti di proprietà significa dare personalità ai vini. Acquistiamo pochissime basi spumante e solo se necessario e sicuri sulla qualità delle stesse". A Franco bambino piaceva questo mondo e non ha mai pensato di fare altro. "Ricordo un tema in quinta elementare che ancora conservo e ogni volta che lo rileggo è da morire da ridere. La maestra ci chiese di scrivere cosa avessimo voluto fare da adulti ed io scrissi l'enologo. Vuoi perché vivevo in una famiglia di produttori, ma questo mondo mi ha sempre affascinato molto in particolare la fase vendemmiale. Ai miei tempi si raccoglieva ai primi di ottobre ed io, nonostante la contrarietà di mia madre in quei giorni stavo volentieri a casa da scuola. La vendemmia, la pigiatura, la fermentazione, la vinaccia per me era tutto magia. Poi l'ho fatto l'enologo e pure mio padre avrebbe potuto farlo. Avevamo uva e vino, ma

anche stalle con le vacche, animali di bassa corte, orti, seminativi nei terreni di pianura. Insomma, il lavoro non mancava e le braccia erano preziose. Ho frequentato elementari e medie a Valdobbiadene e poi le superiori al Cerletti di Conegliano. Non è stato per niente facile arrivarci. In quegli anni le iscrizioni erano a numero chiuso e purtroppo mia mamma Virginia Mattiazzo detta Ginetta, nell'anno deputato passò tardivamente a ritirare il diploma di terza media col quale andare ad iscrivermi al Cerletti. Purtroppo le iscrizioni erano al completo. Per me è stata una delusione enorme. Le hanno consigliata di iscrivermi ad un altro istituto per poi fare il passaggio al secondo anno e così mi trovai studente dell'istituto tecnico industriale di Conegliano. Io sono andato a scuola lì che stavo malissimo e mio fratello era già in quarta superiore sempre al Cerletti. Dopo pochi giorni tra lime e calibri mia mamma che è sempre stata tostissima chiese a mio fratello di andare a parlare col Preside per dirgli che aveva un fratello che stava soffrendo molto per la sua situazione scolastica. È andato dal Preside che ha acconsentito al mio trasferimento in prima D. Per me è stato come vincere al totocalcio. Il primo giorno ad enologia mi sentivo a casa. Una scuola che ho sempre amato e amo tutt'ora e per la quale ho dato tutto quello che potevo. Terminato il Cerletti e il servizio di leva, ci siamo dedicati totalmente all'impresa. È stato importante che in un percorso simile avessimo le idee chiare: volevamo un'azienda mirata alla migliore qualità per immetterci nel canale horeca e non nella distribuzione organizzata che non denigro, anzi, ma non è il nostro obiettivo: se tu vuoi produrre al top della qualità devi trovare tra gli acquirenti chi la cerca veramente". La cantina crebbe molto negli anni ottanta rispetto ai trascorsi con alla guida Abele e poi Adriano e ancora di più negli anni novanta. E sempre senza mai perdere di vista la mission. "Da quando siamo subentrati io e Armando insieme a Mario, fratello e socio che si occupa di elettronica, le cose sono andate sempre discretamente bene al punto che adesso stiamo pensando al passaggio generazionale".

Tosati me rovinè el vin!

Abele vinificava in botti di legno di castagno che si faceva lui con macerazione senza raspi fino a quasi fine fermentazione. Subentrato Adriano alla guida dell'azienda iniziò a vinificare in vasche di cemento con macerazioni brevi, appena appena un'alzata di cappello e poi si svinava. "Mio nonno diceva "Jano ti tu me rovina el vin fazendo cossi". Quando mio padre lascio la cantina a me e Armando, abbiamo acquistato la pressa pneumatica e i serbatoi di acciaio. E lui ci disse "Tosati ma cossi me rovine el vin". Eppure, era quello che bisognava fare. Adesso ho un figlio che vorrebbe fare la macerazione a freddo dentro i serbatoi d'acciaio e stavo per dirgli che mi avrebbe rovinato il vino. Sono stato zitto. Che provi! Ogni generazione deve anche poter interpretare i tempi e i mercati con le nuove conoscenze e convinzioni portate in dote. Mio padre, ad esempio, dopo le prime titubanze ci assecondò nonostante la vera investitura per me avvenne nei primi anni ottanta. All'epoca andavo a morose come è giusto che sia e una sera tornai a casa alle due di mattina trovando i portoni della cantina aperti e le luci accese. Il giorno dopo chiesi a mio padre che chiamavo Classe: "Classe perché no tu ha serà a cantina?" Mi rispose: "One da serarla mi?". Non servono tante parole per farti capire che le cose sono veramente cambiate. In buona sostanza mi disse che era compito mio occuparmi di tutto e che tutto doveva essere in ordine. È stato come averci detto "Io vi aiuto finché posso, ma io vi aiuto e le decisione sono vostre" capendo benissimo che la nostra voglia e la nostra linea era determinata e proiettata al futuro. Tanto è vero che abbiamo acquistato delle autoclavi e una vecchissima linea di imbottigliamento firmando noi le opportune garanzie. Ricordo una volta che Armando decise di andare in vacanza, le poche vacanze che abbiamo sempre fatto e disse "io vado in ferie, non fare assegni". Questo per dire quanta attenzione e quanta voglia avevamo. L'opportunità prima o dopo ti passa davanti e la sai cogliere solo se hai le idee chiare. Nel tempo abbiamo

imparato l'importanza delle relazioni, l'importanza dell'essere presenti sui mercati e nelle istituzioni. Da quella volta che ho trovato la cantina aperta ho capito bene che il compito era mio e stop". In quell'epoca c'erano aziende valdobbienesi già molto strutturate che erano il punto di riferimento per gli Adami. Aziende che imbottigliavano spumante e che erano già organizzate con la rete vendita e distributiva. "Noi per costruire una rete commerciale adeguata qualche cantonata l'abbiamo presa. Ma quando impari a tue spese impari in fretta". Aziende come Bisol, Ruggeri, Bortolomiol, Nino Franco già sommarono 4-500000 bottiglie. "Mio padre non faceva parte di quella cerchia non essendo enologo. E c'era già la Confraternita del Valdobbiadene. La spumantistica stava cominciando ad emergere con forza e lì abbiamo capito che il nostro futuro sarebbe stato quello e in pochi anni abbiamo scalato posizioni. Il futuro per noi era chiaro: mercato horeca ed export strutturando adeguatamente la vendita. Vedevamo queste grandi aziende da imitare, in parte, dal punto di vista commerciale e non siamo mai scesi a compromessi sulla qualità del vino che deve essere profumato e dal sapore di macedonia. Tutt'ora stiamo andando avanti e nonostante gli ultimi tre anni non siano stati entusiasmanti siamo certi che mantenere a dritta la barra pagherà sempre al di là delle fisiologiche flessioni".

Adriano ha fatto a tempo a vedere i successi dell'azienda. "Non era di tantissime parole, lavorava e aveva i suoi incarichi come l'imbottigliamento e la filtrazione. Nel più bello che avrebbe potuto fermarsi si è ammalato e ci ha lasciati. Mia mamma, invece, nonostante gli acciacchi e la veneranda età ci chiede ancora "come vala? Funziona? Si vende"? E ancora oggi fa il suo giro in cantina. È sempre stata l'anima, la spinta della famiglia".

Nel 1986 Franco si sposa con Rosanna e negli anni la famiglia si ingrandisce. Il primo figlio, Enrico, nato nel 1991 è ingegnere energetico e si occupa di riconversione di

fabbricati. “A tredici anni mi disse: “papà, io non voglio restare nel mondo del vino. Primo perché si prendono pochi “schei” e poi perché non sono interessato”. Il mio timore era che i figli vivessero l’obbligo di dedicarsi all’azienda di famiglia. Su questo sono sempre stato chiaro fin dalla fine delle medie inferiori: dovevano seguire le loro aspirazioni qualsiasi fossero. Fabrizio invece nato nel 1993 era sicuro di andare a fare enologia ed è arrivato alla laurea a Conegliano e ora lavora in azienda e segue tutti i vigneti dell’azienda”. Dei tre figli di Armando, Alberto fa l’ingegnere elettronico, Claudio è in amministrazione e Cristina è a Sorapiana dove gli Adami hanno un immobile dedicato al turismo del vino. “Mario, l’altro mio fratello ha due figli più piccoli: Giorgia si sta laureando in sociologia mentre Davide si sta laureando in economia e vedremo cosa vorranno fare. Non mancano gli eredi”.

Il senso del dovere

Il percorso di Franco è stato faticoso ma lineare. E si è sempre impegnato molto nella denominazione tanto che nel 2002 è diventato presidente del Consorzio Prosecco Doc lavorando alacremente con altri colleghi fino al riconoscimento della docg Conegliano Valdobbiadene. “Ho fatto tantissime riunioni in quel periodo e dopo la docg sono arrivate le Rive e le politiche di contenimento delle rese a 135 quintali ettaro”. Nel 2011 Franco si dimise per poi diventare Presidente del Consorzio Docg Conegliano Valdobbiadene lo scorso anno.

Negli anni il fenomeno Prosecco è cresciuto oltre le più rosee aspettative. “Io stesso all’epoca, nel 2009, avevo immaginato che la doc potesse arrivare a quattrocento milioni di bottiglie. Ed ero convintissimo che il mondo delle bollicine se lo sarebbero spartito lo Champagne e il Prosecco perché hanno vitigni diversi, metodi diversi, gusti diversi e momenti di consumo diversi. Tutti gli altri nel mondo vanno verso l’uno o l’altro ma come imitazioni. Se togliamo l’Asti che è

un mondo a parte, il Prosecco è il principe nella sua categoria così come lo champagne nella sua. Adesso siamo al top, dopo anni in cui la qualità media avrebbe potuto essere migliore, e tutti sanno più o meno cosa è il Prosecco. Ma dobbiamo trasmetterlo di più e meglio. In particolare, questo grandissimo patrimonio che è il Conegliano Valdobbiadene deve avere un dialogo sereno al suo interno. Se è vero che ora come ora noi produttori stiamo tutti abbastanza bene l'importante è mantenere nel tempo uno standard medio di qualità e una redditività adeguati". Come va tra doc e docg? "Bisogna inevitabilmente condividere parte della comunicazione e della promozione. La Doc ha fatto conoscere il Prosecco nel mondo ma dovrebbe riconoscere che la docg è il top di gamma. In mezzo a tutto questo ci sono stati e in parte ci sono ancora tutta una serie di discorsi che non vanno avanti e che si sono incancreniti. Ci sono alcuni che vorrebbero addirittura togliere il nome Prosecco dall'etichetta del Conegliano Valdobbiadene senza il timore che, secondo me, si andrebbe a rinunciare ad una fetta importante di identità. Chiedere un'ombra di Conegliano Valdobbiadene? Penso che non funzioni! Funziona, ad oggi, un'ombra di Prosecco che poi nello specifico può essere espressione del Conegliano Valdobbiadene. Ma lo si dice dopo. Il peso delle cantine sociali? Nel Conegliano Valdobbiadene contano il 40% della produzione".

Cosa pensa del vino naturale e dei vitigni resistenti? "Naturale è una parola che non esiste. Il vino è tutto naturale perché il mosto diventa naturalmente vino. Quando mi si descrive un vino come naturale devo sempre chiedere cosa si intenda. Capisco, ad esempio, se mi si dice senza solfiti aggiunti. I vitigni piwi, invece, sono la soluzione ad un problema perché permettono di ottenere vino impattando meno in termini di trattamenti fitosanitari in vigna. E questo mi sta bene. Dall'altra parte della bilancia dobbiamo comunque considerare che spesso non garantiscono gli aromi e i sapori ai quali siamo mediamente abituati ottenuti dai vitigni

convenzionali. Ciò detto, se sono buoni e tengono il tempo in termini di qualità media, ben vengano. Al momento credo debbano fare ancora un buon percorso di crescita in questo senso così come la cisgenetica applicata ai vitigni. Mi auguro che un gene resistente alla peronospera e all'odio si possa immettere nella glera che però deve rimanere tale e quale rispetto al vino che ne deriva. Il Giardino non deve cambiare di gusto anche se riesco a trattare quattro volte di meno le uve. Il vino deve essere pulito, privo di difetti e buono, se poi sono anche più sostenibili le pratiche di vigneto, meglio. Complessivamente credo moltissimo nell'agricoltura ragionata: tratta meno che puoi, solo quando serve e con i prodotti più giusti possibili tra quelli autorizzati".

Verso il futuro e oltre

"L'unica cosa che ci terrei a ribadire è che tutti i produttori accomunati da una denominazione d'origine, io compreso, devono capire che tutto quanto viene scritto in etichetta è un bene comune. Se tutti lavoriamo prima per il bene comune e poi ci applichiamo il brand aziendale, si guadagna tutti due volte e si fa del bene tre volte: al consumatore, all'area di produzione e alla propria azienda. Questa responsabilità sociale di tutti i produttori va rivista e migliorata. Se questa cosa riusciremo a metterla in pratica al meglio il fenomeno Prosecco continuerà a durare per decenni perché è conosciuto e piace a tutti. Come dimostrarlo? Accontentandoci di produrre meno bottiglie e ad un prezzo al dettaglio più adeguato e alla portata di tutti. Mi auguro che la tanto rinomata ristorazione italiana con tanti locali di alto livello tengano sempre almeno cinque Proseccchi in carta andando a scegliersi quelli che loro ritengono essere i migliori o i più funzionali alla proposta gastronomica. Oggi purtroppo chi ci rappresenta nell'alta ristorazione tende a dire "ah, io il prosecco non lo tengo". Voglio capire il perché o perché spesso ne tengano soltanto una tipologia da quattro soldi sotto il banco per fare gli spritz. Se hai un

ristorante o un locale di livello devi andarti a cercare i prosciutti migliori. Il consumo di vino dei giovani? Dobbiamo comunicare meglio il vino e in modo adatto a loro. Comunicare la qualità, il lavoro che c'è dietro, non solo il consumo che deve essere responsabile. Abbiamo tanti concorrenti, dalla mixology alle birre artigianali che hanno avuto un'esplosione. Poi c'è il problema economico perché la capacità di spesa dei consumatori, dei giovani in particolari, arriva fino ad un certo punto. Il concetto è che tante cose vengono bevute perché fanno status, "l'è figo e no me interessa se xe bon". Tuttavia, quando sento i locali che sanno spiegare con dovizia di particolari al loro ospite i sette gin che hanno in carta e quando devono spiegare un prosecco ti dicono "se te vol xe questo" mi rammarico e mi convinco di quanto siamo rimasti in dietro tanto più considerato che il Valdobbiadene ti permette di solito, considerato il tenore alcolico, di bere un bicchiere in più di altre tipologie di vino. Complessivamente mi pare ci sia più una diminuzione di interesse che di consumo. E parliamo di una modalità di consumo che spesso è fuori pasto ed è tipico delle bollicine da parecchi anni. Anche perché i vini più strutturati e alcolici si fatica a berli senza mangiarci su. Anche tra i bianchi ci sono vini di estrema qualità che con due calici ti...appesantisci! Dove sono finiti i vini buoni degli anni ottanta con 12% di titolo alcolometrico? È chiaro che in tutto questo una certa influenza negativa ce l'hanno avuta anche i giornalisti e le guide. Facile degustare e decantare le lodi di calici di vini opulenti e calorici, che magari risultano più buoni, sputandone la metà. Il segnale che viene dato è che si deve andare tutti in quella direzione. Invece a volte il Prosecco, che ha fatto tanta fatica a farsi considerare perché basso di alcolicità e quindi leggero per qualcuno, oggi risulta buonissimo anche a 10,80%. Non è il calore che ti prende nel Valdobbiadene Prosecco ma la freschezza con la quale siamo andati all'opposto e un aroma piacevole che soddisfa tutta la lingua. E quando espiro deve venire fuori la macedonia. Credo, inoltre, che la nostra Docg saprà dimostrare che disponiamo di

un vino che ha una tenuta ben maggiore nel tempo e una variabilità aromatica più ampia rispetto a quanto siamo abituati a pensare e a raccontare”.

Punti chiave

- **Meno bottiglie, più valore:** ridurre rese per garantire qualità e sostenibilità.
- **Conegliano Valdobbiadene è il vertice:** identità da preservare nel sistema Prosecco.
- **Tutti i produttori devono cooperare:** l’etichetta è un bene comune.
- **Il futuro passa dal dialogo:** tra Docg e Doc serve sinergia.
- **Prosecco è contemporaneo:** gusto fresco, versatile e accessibile ai giovani.