

Follador e la sfida sostenibile: innovazione, responsabilità sociale e tutela del territorio

scritto da Emanuele Fiorio | 2 Luglio 2025



Follador Prosecco si distingue per un approccio concreto e integrato alla sostenibilità, tra etichette FSC, riforestazione globale con Treedom, welfare aziendale e riduzione dell'impatto del vetro. Cristina Follador racconta la sfida di coniugare innovazione responsabile e tradizione, affrontando anche il mercato emergente dei vini dealcolati e l'enoturismo nel territorio UNESCO.

In un momento storico in cui la **sostenibilità è più di una parola d'ordine, ma un imperativo strategico** per il mondo del vino, Follador Prosecco si pone come esempio di un percorso

che unisce responsabilità ambientale, attenzione sociale e innovazione di prodotto. **Cristina Follador, Sales & Marketing Manager** dell'azienda, racconta come l'impegno concreto nella riforestazione globale, grazie alle etichette certificate FSC, e l'attenzione al welfare del personale, siano elementi fondanti del mosaico coerente e ambizioso dell'azienda in vista di **conseguire entro il 2025 la certificazione Equalitas**. Dall'esplorazione aperta ma cauta al mercato dei vini dealcolati alla difesa di una denominazione chiara e forte, fino alle difficoltà pratiche dell'enoturismo nei weekend, l'intervista svela un'azienda che con pragmatismo e visione affronta le sfide del presente senza perdere la qualità e l'identità che da sempre la contraddistinguono. **Un viaggio affascinante tra innovazione responsabile e radici profonde nel terroir del Prosecco.**

Parliamo di sostenibilità, l'intera gamma dei vostri vini ha etichette garantite da FSC, il sistema di certificazione forestale più diffuso e affidabile al mondo per la silvicoltura sostenibile. È un altro tassello del vostro percorso di sostenibilità?

Sì, l'azienda è da sempre sensibile al tema ambientale, senza volersembrare retorici, ma è davvero un tassello che si è aggiunto a un programma ben preciso che ci siamo prefissati di raggiungere. La certificazione FSC (Forest Stewardship Council) fa parte del piano che vogliamo completare entro il 2025. Quindi non è un punto di partenza, fa parte di un percorso già avviato e che stiamo portando avanti da tempo. Dimostra anche la sensibilità che l'azienda vuole mettere in campo nel nostro impegno ambientale.

È uno degli step che si aggiungono a quelli già iniziati, e

che intendiamo concludere entro il **2025 con il conseguimento della certificazione Equalitas**. Entro quest'anno, infatti, auspiciamo di ottenere questo riconoscimento che ci attesta a tutti gli effetti come azienda ecosostenibile.

State collaborando con Treedom con l'obiettivo di creare una foresta di 1500 alberi. Ci vuole descrivere meglio il vostro impegno in questa direzione?

Rientra tra le scelte fatte per l'obiettivo della sostenibilità ambientale. Il progetto con Treedom è nato inizialmente per una durata triennale, che sicuramente intendiamo rinnovare e prevede **la piantumazione di 500 alberi all'anno**, distribuiti nelle varie foreste sparse nel mondo, quindi non solo in Italia. L'idea è quella di contribuire al ripristino in maniera concreta e diffusa di alberi fonte vitale per l'assorbimento di CO₂, per poter dare il nostro piccolo supporto alla natura che ci circonda.

Il vetro rappresenta fino al 40% del peso di una bottiglia. State valutando bottiglie più leggere, bag-in-box o altri formati a minor impatto?

Già da qualche anno stiamo lavorando, in collaborazione con i nostri fornitori di fiducia, nella revisione della grammatura del vetro, riducendola entro i limiti tecnici possibili. È risaputo che lo spumante deve resistere a pressioni che possono arrivare fino a 10 atmosfere, quindi non si può ridurre troppo il peso senza compromettere la sicurezza della bottiglia. **Abbiamo quindi alleggerito il vetro mantenendo tutte le caratteristiche di sicurezza necessarie.** Anche questo fa parte del nostro programma per la sostenibilità.

La sostenibilità passa anche dalle persone: come affrontate il tema del lavoro stagionale, formazione e tutela del personale agricolo?

Rientra nel welfare aziendale di cui la nostra azienda si fa carico nel rispetto delle persone che collaborano con noi. Abbiamo un'attenzione particolare per chi fa parte della nostra squadra, sia per il team operativo interno che per il team esterno all'azienda. Di fatto, si tratta di una comunità che coesiste per il bene comune.

Per quanto riguarda il lavoro stagionale, ci affidiamo ad agenzie interinali per assicurarci la presenza di personale nei periodi richiesti. Inoltre, **cerchiamo di sostenere le attività del Comune, contribuendo e sostenendo le attività della comunità locale**. Questo fa parte del nostro impegno sociale che non può essere ignorato e che va a favore del territorio stesso a cui la nostra azienda appartiene.

Un altro tema attuale riguarda i vini dealcolati, voi siete entrati recentemente in questo segmento che oggi a livello generale vale circa 2,57 miliardi di dollari, contro i 353 del vino globale: secondo voi resterà marginale o crescerà in maniera consistente?

Vi è stato senz'altro un cambio di rotta nello stile di consumo del vino, la società cambia e le richieste del mercato con essa. Follador non intende rimanere certamente ferma sugli aspetti tradizionali, ma vuole guardare con un'ottica aperta alle novità. Tuttavia, **stiamo ancora valutando come affrontare**

questo mercato, che secondo noi è in crescita e potrebbe evolversi. A parer mio, lo sviluppo sarà graduale e senz'altro avrà un impatto maggiore all'estero rispetto all'Italia. È attualmente una risposta alle esigenze di chi vuole bere un calice di vino senza doversi preoccupare delle conseguenze derivanti dai nuovi regolamenti di legge. Per chi deve guidare dopo una cena o preferisce un consumo meno impegnativo, sotto tutti gli aspetti. Stiamo valutando la questione, essendo produttori di vino da oltre 255 anni, e fieri di questa lunga tradizione enologica, a questo proposito, i dealcolati rappresentano un'alternativa ma, sinceramente, non li vediamo in competizione con il comparto vero e proprio del vino, nella sua espressione enoica autentica. Resta comunque un tema che affronteremo con attenzione.

Uno dei principali ostacoli per i vini dealcolati è la percezione gustativa e olfattiva: secondo lei oggi la tecnologia consente di ottenere un prodotto che possa soddisfare anche i palati più esigenti, oppure permangono limiti qualitativi evidenti?

Personalmente non ho ancora degustato vini dealcolati, pertanto non sono in grado di rispondere alla sua domanda, tuttavia, se decideremo di inserirlo nella nostra attuale gamma, dovrà essere un prodotto di qualità, coerente con la nostra filosofia aziendale che punta a prodotti di fascia alta. Ci identifichiamo come produttori di vino in senso tradizionale e, qualora decidessimo di entrare in questo segmento, lo faremo rispettando i canoni qualitativi che i nostri clienti si aspettano. **La nostra clientela è abituata a un certo tipo di prodotto e vogliamo mantenere quella qualità anche per eventuali novità.**

Enologo Federico Salvador

Mi permetto di chiarire che il mondo del no/low alcohol non è del tutto nuovo: da tempo esistono bevande a base di mosto. **Il discorso cambia per i dealcolati, che sono un argomento critico perché la procedura di dealcolazione è complessa e può influire sulla sostenibilità.** Si tratta di un fenomeno legato a una moda ma anche a una reale esigenza commerciale e di consumo consapevole.

È un segmento in cui si mescolano bevande e vino e noi cerchiamo di fare chiarezza su questo, anche valutando l'idea di puntare eventualmente su prodotti parzialmente dealcolati. Vale la pena ricordare che già produciamo spumanti con una gradazione alcolica moderata, intorno a 11,5°, che conciliano il desiderio di un consumo più consapevole con la piacevolezza di un vino completo.

341 vini DOC, 78 DOCG e 120 IGT: questi sono i numeri delle nostre denominazioni. Le 25 più grandi rappresentano oltre il 65% dei volumi ed oltre il 75% del valore. Lei ritiene che siano troppe e vadano ridimensionate oppure rappresentano la diversità e la ricchezza dell'Italia enoica?

Siamo collocati nel cuore della DOCG e trovo sia stato appropriato aver voluto identificare la zona storica del Valdobbiadene – Conegliano. In Italia ci sono molte denominazioni, più che in altri Paesi, senz'altro è dovuto anche al fatto che l'Italia è, insieme alla Spagna, il maggior Paese produttore vinicolo al mondo. Si rende pertanto necessaria una maggiore categorizzazione delle aree. **Nel nostro caso specifico, credo si sia reso davvero necessario, dato il caos mondiale sulla denominazione Prosecco, prima**

dell'avvento della D.O.C.G. Superiore nel 2009. Quindi, a mio parere, è stato giusto dare una definizione chiara: la nostra DOCG identifica una precisa zona storica, con caratteristiche peculiari che la rende unica, non per niente dichiarata nel 2009 Territorio UNESCO. Questo aiuta oltremodo i produttori locali a definire e identificare chiaramente il posizionamento del loro prodotto e l'appartenenza privilegiata della loro realtà vinicola. Ci agevola infine nel dimostrare alla clientela l'unicità delle nostre uve, a differenza di quelle prodotte fuori dall'area circoscritta del comprensorio Conegliano – Valdobbiadene, per la predisposizione del nostro territorio a produrre il Prosecco per antonomasia, grazie al suolo e al microclima più che favorevole.

Per tutelare la ricchezza enoica del nostro Paese condivido il fatto che ogni prodotto debba essere ben definito, diversamente, rischiamo una divulgazione non corretta e non coerente delle informazioni e, soprattutto, un uso improprio del nome, vedi i vari nomi derivati che ancora oggi scopriamo periodicamente sugli scaffali, soprattutto all'Estero. Il termine "Prosecco" nel mondo è ancora un tema che va gestito ed è senz'altro fondamentale impegnarci per informare i consumatori, in modo ancora più concreto, sull'enorme differenza tra DOCG e DOC GENERICO.

Dobbiamo far capire che un vigneto di Prosecco DOCG, situato in collina, richiede molte più ore di lavoro, manuale, dovuto essenzialmente ai versanti ripidi; non per nulla la vendemmia nella nostra zona è chiamata "eroica", grazie al lavoro significativo che ogni anno coinvolge migliaia di persone. Qui, la vendemmia è permessa esclusivamente a mano, senza l'ausilio di macchinari, a differenza di ciò che accade nei vigneti del Prosecco di pianura. È necessario sottolineare questa distinzione per valorizzarne la qualità.

Parlando di enoturismo, l'idea di aprire

le cantine e attrarre maggiormente i consumatori è condivisa da molti, soprattutto per attrarre i giovani. Tuttavia “tra il dire e il fare c’è di mezzo il mare” e sono poche le aziende aperte durante i fine settimana e che propongono, in maniera costante, aperitivi o eventi. Quali sono le motivazioni secondo lei?

La nostra zona è stata riconosciuta Patrimonio dell’Umanità, è pertanto doveroso offrire accoglienza e noi ci siamo attrezzati per questo. Siamo tutti d’accordo che il territorio UNESCO debba essere aperto al turista, soprattutto nei fine settimana. **Il problema che riscontriamo è la mancanza di personale.** I collaboratori che lavorano durante la settimana spesso preferiscono stare con la famiglia nel weekend, e questo è comprensibile e giusto. Si potrebbe ricorrere a personale esterno, ma **la difficoltà a trovare lavoratori disponibili nei weekend è enorme**, non solo in Italia peraltro.

Le aziende cercano di conciliare il welfare con il benessere dei collaboratori che dev’essere rispettato. **Ci impegniamo per gestire aperture e eventi nei weekend**, anche con collaboratori disponibili occasionalmente. E’ nostro obiettivo avere personale extra, preparato e predisposto al lavoro nei giorni festivi, che consenta all’azienda di poter dare accoglienza al turista 7 giorni su 7.

Punti chiave:

- 1. Percorso di sostenibilità integrato:** Follador punta

entro il 2025 alla certificazione Equalitas, con etichette FSC e un piano di riforestazione globale attraverso Treedom, simbolo di impegno ambientale concreto e diffuso.

2. **Riduzione dell'impatto del packaging:** L'azienda ha alleggerito il vetro delle bottiglie mantenendo sicurezza e qualità, affrontando il delicato equilibrio tra sostenibilità e caratteristiche tecniche dello spumante.
3. **Welfare e gestione del personale:** Particolare attenzione al benessere dei dipendenti e al lavoro stagionale, con collaborazione con agenzie interinali e sostegno alla comunità locale.
4. **Mercato dei vini dealcolati in evoluzione:** Follador esplora il segmento dei vini dealcolati, attento a mantenere qualità e coerenza con la propria filosofia, pur riconoscendo le sfide tecnologiche e di percezione.
5. **Enoturismo e criticità operative:** L'apertura delle cantine nei weekend incontra ostacoli legati alla difficoltà di reperire personale disponibile, evidenziando il delicato equilibrio tra accoglienza turistica e tutela del welfare dei collaboratori.