

Moretti Polegato – Villa Sandi: “Nel Prosecco la forza è fare sistema”

scritto da Fabio Piccoli | 27 Marzo 2026



Giancarlo Moretti Polegato, presidente di Villa Sandi, riceve il riconoscimento di International Wine Entrepreneur of the Year dalla casa editrice tedesca Meininger. Nell'intervista racconta il modello imprenditoriale che ha contribuito a trasformare il Prosecco in un fenomeno globale, affrontando i temi del ricambio generazionale, dell'enoturismo, della complessità del sistema DOC-DOCG e delle sfide future del territorio.

Il riconoscimento come International Wine Entrepreneur of the Year, assegnato dalla prestigiosa casa editrice tedesca Meininger a Giancarlo Moretti Polegato, non è solo un premio individuale. È, in qualche modo, anche il riconoscimento di un

modello imprenditoriale e di una visione che hanno saputo promuovere e valorizzare un intero territorio.

Un modello che negli ultimi vent'anni ha contribuito a trasformare il Prosecco in uno dei fenomeni più rilevanti del vino mondiale, ma anche in uno dei sistemi più articolati da accompagnare nella sua evoluzione. **Perché il sistema Prosecco è oggi un ecosistema complesso: dinamico, internazionale, economicamente centrale per il vino italiano, ma al tempo stesso delicato negli equilibri tra denominazioni, territori e posizionamenti.**

E proprio su questo fronte Moretti Polegato è da anni tra gli imprenditori più attivi e, per certi versi, più lungimiranti nel cercare strade che mettano in relazione le diverse anime – dalla DOC alle DOCG di Conegliano Valdobbiadene e Asolo – **evitando contrapposizioni e lavorando dentro una visione più ampia.**

L'intervista è stata quindi l'occasione non solo per commentare il premio, ma anche per entrare nel merito di cosa significhi oggi essere imprenditori del vino: tra mercati sempre più complessi, passaggi generazionali delicati e **la necessità, sempre più evidente, di costruire valore oltre i volumi.**

Presidente Moretti Polegato, cosa rappresenta per lei questo riconoscimento?

È stato un momento molto emozionante. È un premio importante, con vent'anni di storia, e riceverlo è motivo di grande orgoglio. **Ma lo considero un riconoscimento che non appartiene solo a Villa Sandi: riguarda un intero territorio e tutte le persone che negli anni hanno contribuito a far conoscere il Prosecco nel mondo.**

Le nostre bollicine oggi sono un vero ambasciatore della

bellezza, della cultura e del saper fare italiano. **Questo risultato è stato possibile grazie a un lavoro condiviso tra produttori, istituzioni e comunità locali.** È proprio facendo squadra che possiamo continuare a valorizzare questo patrimonio unico.

Il Prosecco è oggi uno dei fenomeni più forti del vino mondiale, ma anche uno dei più esposti. Quanto è complesso oggi essere imprenditori dentro questo sistema?

Il potenziale di crescita è ancora molto alto, ma è chiaro che il contesto è cambiato. **Negli ultimi anni abbiamo affrontato dazi, tensioni geopolitiche, inflazione.** Nel nostro caso il 2025 si è chiuso comunque con una crescita di fatturato, che è un segnale positivo considerando lo scenario.

Gli Stati Uniti restano un mercato fondamentale, ma sappiamo bene che non è semplice sostituire un mercato di quel livello se dovesse rallentare. **La forza del Prosecco è anche nella sua diffusione: oggi siamo presenti in circa 130 Paesi.** Questo ci dà stabilità, ma richiede anche una gestione molto attenta e strutturata.

Il sistema Prosecco viene spesso raccontato come un sistema complesso. Secondo lei oggi è più un limite o una forza?

Dipende da come lo si gestisce. Negli ultimi anni si è fatto molto per creare maggiore collaborazione, soprattutto sul tema della tutela del nome Prosecco. **Questo è fondamentale, perché i prodotti di successo sono sempre quelli più imitati.**

Sul piano della promozione, invece, credo che ci sia ancora

spazio per lavorare di più insieme. **Dobbiamo riuscire a raccontare meglio la ricchezza di questo territorio, valorizzando le diverse identità senza trasformarle in divisioni.** Io da tempo immagino una grande settimana del Prosecco nel territorio, sul modello di altri grandi eventi internazionali, capace di attrarre operatori e stampa da tutto il mondo. Sarebbe un passo importante per tutto il sistema.

Quanto conta oggi la dimensione familiare in un'azienda del vino?

Conta moltissimo. Il vino non è un prodotto qualsiasi. È cultura, è territorio, è identità. **La famiglia, in questo senso, rappresenta un elemento di continuità fondamentale.** In Villa Sandi questo è sempre stato centrale.

Oggi la cosa più importante è proprio la continuità: **la quarta generazione è già attiva in azienda e questo ci permette di guardare al futuro con serenità.** Purtroppo nel nostro territorio abbiamo visto alcune aziende essere vendute perché mancava un ricambio generazionale. Quando non c'è qualcuno che crede davvero nel progetto, diventa difficile continuare a investire con la stessa visione.

Il tema del ricambio generazionale è oggi uno dei più delicati per il vino italiano. Come lo state affrontando concretamente in azienda?

La cosa più importante è dare spazio, ma senza forzare. **La divisione dei ruoli è avvenuta in modo naturale.** Diva segue i mercati internazionali più importanti, come Stati Uniti, Gran Bretagna e Messico. Leonardo ha fatto un percorso più trasversale, partendo dalla produzione per arrivare anche alla parte finanziaria e commerciale.

Credo sia fondamentale che i giovani abbiano la possibilità di

capire davvero l'azienda in tutte le sue dimensioni. Solo così possono trovare la propria strada e diventare un valore aggiunto reale. Non si tratta solo di inserire una nuova generazione, ma di metterla nelle condizioni di crescere e di assumersi responsabilità.

Villa Sandi è stata tra le prime realtà a investire seriamente nell'enoturismo. Oggi è ancora un vantaggio competitivo?

Assolutamente sì. Noi abbiamo iniziato oltre trent'anni fa, quando non era così diffuso. **Eravamo convinti che il vino dovesse essere raccontato anche attraverso il territorio.** Oggi accogliamo oltre 20.000 visitatori all'anno e questo dimostra quanto sia importante far vivere l'esperienza. Quando le persone vedono le colline, il lavoro in vigna, capiscono davvero il valore di quello che stanno bevendo.

Il riconoscimento UNESCO ha cambiato davvero il territorio?

Ha dato una grande visibilità, questo è certo. Ma non basta. **Ora bisogna continuare a investire in infrastrutture e ospitalità. L'obiettivo deve essere quello di far rimanere le persone sul territorio più giorni.** Stiamo lavorando proprio in questa direzione: presto apriremo anche un hotel a Valdobbiadene. Crediamo molto in questo sviluppo.

Guardando al futuro, qual è la sfida più importante per il Prosecco?

Continuare a crescere senza perdere identità. **Il successo del Prosecco è legato a uno stile di vita, a un modo di stare insieme, a un territorio.** Questo è il nostro vero valore. Ora la sfida è custodirlo e trasmetterlo alle nuove generazioni, mantenendo un equilibrio tra sviluppo e tutela.

Punti chiave

1. **Premio internazionale a Moretti Polegato:** riconoscimento tedesco Meininger per Villa Sandi e l'intero territorio del Prosecco.
2. **Prosecco presente in 130 Paesi:** crescita globale solida, ma mercati complessi richiedono gestione attenta e strutturata.
3. **Quarta generazione già attiva** in azienda: continuità familiare come valore strategico nel vino italiano.
4. **Enoturismo da 20.000 visitatori l'anno:** Villa Sandi investe nel territorio da oltre trent'anni, con un nuovo hotel a Valdobbiadene.
5. **La sfida del futuro:** crescere senza perdere identità, custodendo territorio, cultura e stile di vita legati al Prosecco.