



**DAL FESTIVAL DI GARDA  
LE PROSPETTIVE SUL  
COMPARTO EMERSE DAL  
CONVEGNO ORGANIZZATO  
CON IL CORRIERE VINICOLO**

*In tre anni la produzione di vini spumanti italiani potrebbe passare da 750 milioni di bottiglie a cifre a nove zeri, una crescita del 33% per un settore che rappresenta già oggi quasi 1/4 del valore delle esportazioni made in Italy, per un controvalore di circa 1,5 miliardi di euro nel 2020 secondo i dati dell'Osservatorio del vino UIV. Strategie di crescita dello "sparkling land" versus gli "sparkling wine" francese e spagnolo. Gli interventi del professor Attilio Scienza, Stefano Ricagno (Consorzio Asti), Andrea Battistella (Consorzio Prosecco) e del produttore Gianluca Bisol*

Quello che ieri era Asti oggi è Prosecco, la storia della spumantistica italiana è lunga e preziosa, è quindi un errore pensare ai successi odierni solo come frutto delle contingenze o addirittura del caso così come la ricchezza varietale che oggi esprime il nostro Paese come solo frutto di "rincorsa" del fenomeno Prosecco. Da questo assunto, e con tutte le cautele, si può puntare alla cifra di un miliardo di bottiglie di vini spumanti e frizzanti tricolori entro tre anni. Questa la "scommessa" fatta dal direttore del Corriere Vinicolo, Giulio Somma, nel convegno organizzato dal magazine dell'UIV in apertura di SpumantItalia, il festival dedicato ai vini mossi che si è tenuto a Garda, in provincia di Verona, introdotto da **Andrea Zanfi** di Bubble's Italia. Un traguardo importante in chiave export ma anche per il peso specifico del nostro Paese negli assetti vitivinicoli globali che potrà essere raggiunto solo con un nuovo equilibrio tra crescita di volumi e incremento di valore.

"Il successo mondiale del Prosecco, che è stato determinato dalla capacità di proporre un nuovo concetto di 'bollicina' collegandolo a nuove modalità di consumo, più che semplicemente creare un nuovo prodotto, ha ispirato molti - ha detto **Giulio Somma** - stimolando il comparto e portando l'intera flotta spumantistica italiana a crescere. Viste le tante e diverse produzioni presenti ormai in tutte le regioni, credo sia sbagliato etichettarle come tentativi di emulazione del fenomeno Prosecco quanto, invece, ritengo sia più corretto parlare di ispirazione. Ormai stiamo proponendo al mondo l'Italia come una 'Sparkling land' contro due 'Sparkling wine', che sono il francese Champagne e lo spagnolo Cava, modi diversi di interpretare le bollicine. Nel primo caso si punta su tante piccole e medie realtà produttive, forti e gelose della propria identità rispetto alla corazzata Prosecco (diventata inattaccabile grazie alle sue specificità non clonabili), nel secondo invece si tratta di contesti contraddistinti da una compattezza identitaria, di massa critica e di prodotto, quindi di comunicazione, in grado probabilmente di esprimere un impatto sui mercati più efficace ma che scontano una qualità con caratteristiche monocorde. Tra queste 'due vie alla spumantistica' non c'è un modello migliore dell'altro, né una ricetta unica di successo, se non la capacità di lavorare per migliorare gli aspetti positivi e limitare quelli negativi che ogni situazione porta con sé". Se vogliamo raggiungere il miliardo di bottiglie c'è dunque da riflettere sui punti di forza e di debolezza del nostro sistema produttivo e di mercato. Secondo Giulio Somma "aprirsi alle nuove tendenze - rosé, no alcool, packaging alternativi - è uno dei passaggi inevitabili per sostenere anche in futuro la crescita degli spumanti italiani". "La crescita fino a un miliardo di bottiglie è possibile ma deve essere chiaro che non bisogna intaccare la catena del valore", a questo primo allarme lanciato dal direttore del Corriere Vinicolo ne è seguito un altro, quello di **Attilio Scienza**, che ha specificato come sia necessario evitare produzioni di bassa qualità dove l'unico parametro di riferimento è il prezzo, meglio puntare quindi sulla salvaguardia dell'identità dei territori, promuovendo disciplinari che tutelino le varie produzioni e ne garantiscano la dignità in termini di qualità e di valore.

# SpumantItalia: un miliardo di bollicine? SI PUÒ FARE

di FABIO CIARLA



Andrea Zanfi  
e Attilio Scienza  
Qui sotto:  
Giulio Somma



## I dati

Prima di passare la parola agli ospiti in rappresentanza dell'ambito produttivo, il convegno ha fornito utili elementi di riflessione grazie ai dati sugli spumanti dell'Osservatorio del vino dell'UIV, presentati da **Carlo Flamini**. In termini assoluti l'Italia parte da un dato importante, ovvero 750 milioni di bottiglie (83% Doc o Docg, 6% Igt), che rappresentano oggi quasi 1/4 del valore delle esportazioni made in Italy, per un controvalore di circa 1,5 miliardi di euro nel 2020, il 69% del quale afferente al sistema Prosecco. Un comparto rilevante dunque, che presenta però una distribuzione molto particolare, con una polverizzazione della produzione (se si esclude il mondo Prosecco appunto), che potrebbe in parte rappresentare un freno alla crescita. L'export dei nostri spumanti viaggia a gonfie vele in particolare in tre Paesi - Stati Uniti, Regno Unito e Germania -, che essendo mercati maturi rappresentano sicuramente canali di vendita solidi. I recenti fatti di geopolitica, dai possibili dazi Usa alla Brexit, spingono però a interrogarsi sull'eccessiva dipendenza da soli tre sbocchi. Per quanto anche le analisi più recenti confermino come il mondo degli sparkling fatichi ad attecchire sui nuovi mercati, come quelli orientali, e quindi non è poi così facile trovare alternative stabili e con i volumi necessari. Nel complesso circa 1/3 delle bollicine vendute a livello mondiale sono di Prosecco, a seguire c'è il Cava (14% dei volumi), poi lo Champagne (11%) e l'Asti.

## Le riflessioni del mondo produttivo

Proprio dal ricordo dell'Asti come riferimento per la spumantistica italiana del passato è partito **Gianluca Bisol**, dell'omonima casa vinicola da sempre uno dei marchi di riferimento per il Prosecco in Italia e da poco entrata nel gruppo della famiglia Lunelli: "Ormai Prosecco è diventato a livello globale sinonimo di spumante italiano, di una intera categoria insomma. Dobbiamo quindi renderci conto che al momento c'è un messaggio un po' distorto della spumantistica italiana nel mondo, ma dobbiamo lavorare per farlo diventare un vantaggio. D'altronde dobbiamo fare chiarezza anche all'interno dello stesso mondo Prosecco e



Stefano  
Ricagno



Andrea  
Battistella



Gianluca  
Bisol

per farlo auspicio l'unione delle forze dei consorzi per lavorare insieme e correggere il tiro sui mercati internazionali con una strategia di comunicazione più ambiziosa". Una possibile risposta all'auspicio di Bisol, stimolata anche da Giulio Somma come moderatore del convegno, è arrivata dalle parole del vicedirettore del Consorzio Prosecco Doc, **Andrea Battistella**: "si può crescere ancora ma oltre al volume deve aumentare il valore anche attraverso una nuova via di sviluppo basata sulla dimensione sostenibile. Sostenibilità dunque sia sociale che ambientale e, prima di tutto, economica". Sul tema delle dinamiche interne al sistema Prosecco sollecitate, come ha richiamato il moderatore, anche dal mercato internazionale che chiede una maggior caratterizzazione per un territorio produttivo così vasto, Battistella ha sottolineato come "l'esigenza di caratterizzare le bollicine italiane è sentita in un areale ampio come il nostro, esigenza alla quale abbiamo risposto con un nuovo progetto di zonazione della Doc che darà i primi risultati entro il prossimo anno. Impegno che continuerà a combinarsi con l'altro fronte sul quale siamo da sempre impegnati, quello della tutela del marchio. Proprio in questi giorni, ha ricordato il vicedirettore del Consorzio, stiamo lavorando sull'ultimo insidioso tentativo della Croazia di inserire addirittura in un disciplinare la tipologia Prosek". Portavoce delle produzioni astigiane al convegno di SpumantItalia è stato il vicepresidente del Consorzio per la tutela dell'Asti Spumante e del Moscato d'Asti Docg, **Stefano Ricagno**: "L'Asti - ha detto - è stato l'apripista della spumantistica italiana e oggi sta vivendo un periodo fortunato, anche grazie all'apertura nell'ultimo disciplinare verso nuove tipologie non dolci. Stiamo tornando a fare numeri importanti, anche attraverso un travaso interno di consumo da Asti Spumante a Moscato d'Asti, ma bisogna tornare soprattutto a valorizzare i nostri prodotti. In generale, l'Italia spumantistica non deve sentire l'ansia o la paura di dover recuperare i 150 anni di storia, e i mercati, che ci dividono dallo Champagne. Dobbiamo percorrere le nostre strade, facendo sinergia tra territori e denominazioni, senza paure per i successi degli altri".