



**Su sei bottiglie vendute di Prosecco nel mondo, cinque sono della Doc che nasce in pianura con lavorazioni più intensive, costi contenuti e produzioni elevate**

# Prosecco, consorzio unico Unindustria lancia l'idea

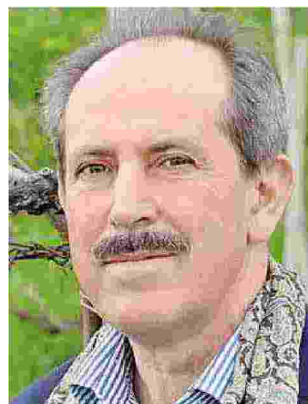
Proposta di Ivo Nardi della "Perlage", presidente del gruppo vino  
«Oggi il consumatore non capisce la differenza, il Superiore penalizzato»

**di Andrea de Polo**  
TREVISO

Un unico consorzio del Prosecco, che raggruppi le tre denominazioni Doc, Docg Conegliano Valdobbiadene e Docg Asolo Montello. L'idea è di Ivo Nardi, titolare della Perlage Vini a Farra di Soligo e presidente del gruppo vinicolo di Unindustria Treviso.

Il rischio, con l'attuale distribuzione dei vitigni di Prosecco (una Doc enorme di 23 mila ettari, e due piccole Docg), è che il consumatore non capisca del tutto la differenza fra le denominazioni, penalizzando quelle più pregiate. Servirebbe, dunque, un'unica figura istituzionale e un'unica strategia commerciale per trasmettere al consumatore finale le caratteristiche di ogni denominazione e le loro differenze, collocando i diversi prodotti nella giusta fascia di mercato e di prezzo.

La proposta è destinata a far discutere: i tre consorzi si dicono favorevoli in linea di principio, ma con vari distinguo. Un esempio di collaborazione fra le tre realtà esiste già, si chiama "Sistema Prosecco" ed è un ente che lavora soprattutto nella tutela del marchio. Nardi partirebbe proprio da qui:



Ivo Nardi di Unindustria

allargare le competenze del "Sistema Prosecco" alla comunicazione e alla programmazione commerciale. «In questo momento il consumatore vive una certa confusione», spiega Nardi, «su sei bottiglie vendute di Prosecco nel mondo, cinque sono della Doc. Negli Stati Uniti, ci si chiede perché una bottiglia di Docg sia venduta a 15 dollari e una di Doc a 11 dollari: chi compra sarà portato ad acquistare quella più economica, senza capire perché l'altra costi di più. Eppure i Docg sono prodotti in collina, con lavorazioni a mano, costi elevati e produzioni contenute, il Doc na-

Un esempio di **collaborazione** esiste già e riguarda la **tutela del marchio**, andrebbe allargato a comunicazione e programmazione

sce in pianura, con lavorazioni ad elevata meccanizzazione, costi contenuti e produzioni elevate. Il sistema dovrebbe comunicare meglio queste differenze, e dovrebbe farlo con una regia unica, perché solo noi che viviamo in questo territorio capiamo fino in fondo ciò di cui stiamo parlando».

Un'unica società di comunicazione per i tre Consorzi sarebbe la fase iniziale di un processo che porterebbe, tra qualche anno, alla creazione di un unico consorzio di tutela, un ente capace di gestire anche le dinamiche commerciali del Prosecco. Esempi virtuosi in questo senso arrivano dallo

Champagne e dall'Asti spumante, nei cui territori in questi giorni si sta già calcolando il valore della prossima vendemmia per iniziare le trattazioni con i *buyer* internazionali. Un solo consorzio Prosecco (o meglio "Sistema Prosecco", ente già fatto e finito) potrebbe fare lo stesso, con ricadute positive sulla Doc e sulla Docg: «Altrimenti, il rischio è che il controllo del mercato non sia più detenuto dai produttori ma dai distributori, con spinta al ribasso del prezzo e concorrenza suicida per generare maggiori volumi di vendita anche con nuovi impianti, deteriorando immagine e qualità del prodotto» spiega Nardi. «Per ostacolare questa deriva, le aziende dovranno comportarsi come soggetto unico con logica territoriale in cui il Sistema Prosecco stia nel centro, mantenendo il valore del prodotto, sviluppando la ricerca e razionalizzando i nuovi impianti. Dobbiamo passare a una visione di concorrenza esterna che anziché provocare una competizione tra noi stabilizzi i prezzi - dando trasparenza al consumatore - e porti a una programmazione commerciale di lungo termine».

© RIPRODUZIONE RISERVATA