

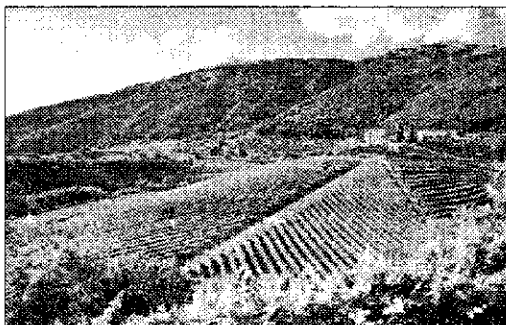
Presto il brand Unesco ^{19.7.2017} potrà valere un tesoro

Potrebbe portare il 50 per cento in più di turisti

PIEVE DI SOLIGO - L'ottenimento del titolo di patrimonio Unesco delle colline di Conegliano e Valdobbiadene potrebbe tradursi in arrivi turisti fino ad un +50%. Il brand Unesco rappresenta un'opportunità economica per il territorio che si accompagna, dall'altro, alla tutela del paesaggio, tema che sarà affrontato oggi, alle 20.30, nel convegno organizzato dalla Regione Veneto in collaborazione con l'associazione temporanea di scopo "Colline del Prosecco di Conegliano Valdobbiadene" nell'au-

cente Nardi -. In generale, si contano 311.430 visitatori nelle cantine del prosecco docg». E cosa ci si può attendere se le colline saranno dichiarate patrimonio Unesco di qui a 10 anni dalla loro designazione? «Gli scenari realizzabili variano da un +12% ad un più ottimistico +50% dei visitatori; in entrambi i casi - afferma il Consorzio - ci si attende non solo un aumento dei turisti pernottanti, ma anche della durata del loro soggiorno».

Ne è testimone il sito Unesco del paesaggio vitivinicolo delle Langhe-Roero e Monferrato dichiarato nel 2014: a due anni, i flussi turistici hanno registrato una crescita di circa un 60%, dato che entusiasma il territorio del prosecco. Valorizzazione turistica che andrà di pari passo anche ad un paesaggio sostenibile, tutela che



ditorium Battistella-Moccia.

Da un'analisi di Ats, il cui capofila è il Consorzio del prosecco superiore docg, l'aspetto più rilevante legato alla candidatura a patrimonio Unesco (atteso per il prossimo anno il verdetto) è da sempre l'aumento del numero di visitatori, effetto che in siti turisticamente meno sviluppati è più evidente, con crescite che possono toccare anche un +50%. «L'area Unesco delle Colline del prosecco di Conegliano e Valdobbiadene - conta su 154.855 arrivi e 345.387 presenze, di cui un 41% di visitatori stranieri - fa il punto il Consorzio presieduto da Inno-

saggio sostenibile, tutela che sarà al centro del confronto di questa sera. Di fitofarmaci e salute se ne parlerà con Sandro Cinquetti, direttore del servizio igiene e sanità pubblica del distretto di Pieve di Soligo dell'Usl 2, e con Diego Tomasi, direttore Crea-Ve di Conegliano. L'incontro sarà introdotto dall'assessore regionale al turismo Federico Caner, da Innocente Nardi presidente dell'ats, da Amerigo Restucci responsabile del Comitato scientifico e da Leopoldo Saccon coordinatore del dossier di candidatura.

Claudia Borsoli

VALDOBBIADENE L'iberica Freixenet punta al mercato inglese con le bollicine prodotte nella Marca

IL PROSECCO SPAGNOLO è già un caso

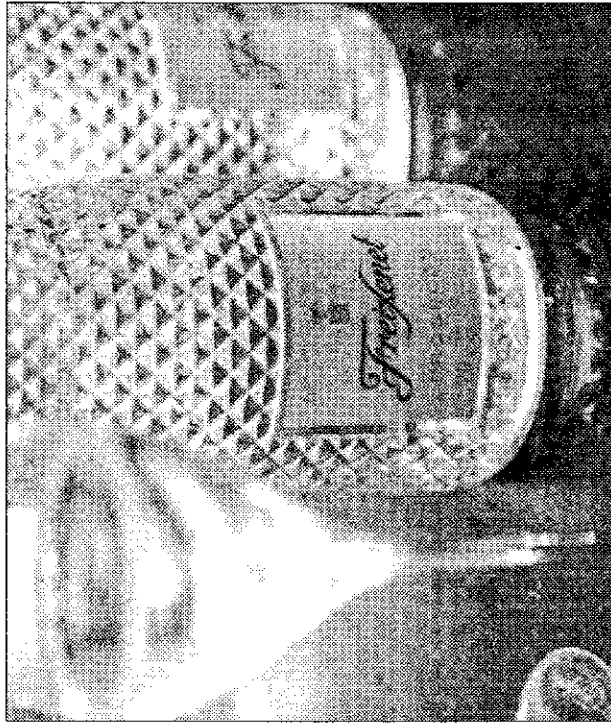
IL GAZZETTINO NERC. 19.7.2017

Un'operazione commerciale che non piace alle nostre imprese: «Il vino perde la propria identità»

Claudia Borsoli

PIEVE DI SOLIGO

Al Prowein il colpo commerciale è stato presentato in uno stand dedicato al Prosecco Freixenet, passato però sotto traccia. L'allarme è arrivato con l'anticipazione del primo ordine sperimentale. E oggi sulle colline venete c'è maretta. Ma come? Lo spagnolo Freixenet, il più grande produttore al mondo di cave (vini spumantizzati), ora produce prosecco? Quella che pare un'aberrazione è un sistema del tutto legale. Il colosso spagnolo delle bollicine Freixenet, nato oltre un secolo fa da una cantina familiare catalana, ha fatto un accordo con la coop La Marca di Oderzo, che detiene la produzione del 25% di Doc e del 25% di Docg per distribuire il proprio prosecco, nella ristorazione e nella grande distribuzione. La tracciabilità del prodotto è tutta nel retro, dove si indica che l'uva è raccolta e imbottigliata nel territorio della Doc e della Docg. E il vero obiettivo è la conquista del ricco mercato inglese. Il problema? La relazione vino, Italia, colline, inizierà a indebolirsi. Il sistema prosecco diventerà più famoso e più indifferenziato. La fase è ancora sperimentale: pare che il primo ordine di prova si aggiri sulle 250mila bottiglie di Prosecco Doc e di qualche migliaio di Docg di Valdobbiadene. Un prosecco



UN COLOSSO INDUSTRIALE

Il Prosecco della spagnola Freixenet

globale insomma, che non parlerebbe più decisamente veneto. «Dobbiamo lavorare ancora molto sull'identità del territorio - riflette Innocente Nardi, presidente della Doc Conegliano e Valdobbiadene- Credo sia necessario incontrare tutti i soci in assemblea: le sfide economiche pongono domande nuove». Valerio Cescon, presidente de La Marca, la cooperativa opitergina che rifornirà Freixenet, è di avviso opposto. «Nel mondo c'è interesse per il prosecco; il nostro lavoro è

tutelare la produzione e l'indottere sul territorio. Dunque, dobbiamo vendere». Che l'operazione si traduca in un successo non è detto. Se il cambio di passo da glocal a global non necessariamente decreterà il flop dell'operazione, quasi sicuramente potrebbe sancire la morte dell'identità di un vino. «Celebrate con stile con il Prosecco Freixenet», è quanto riporta la cartolina promozionale. E il packaging elegante, satinato, sinuoso già indica che tutto diversa dal vino informale e "vicino" che ha conquistato i palati di mezzo mondo.