

Con La Marca, colosso delle bollicine del trevigiano, il prosecco è a tutto pasto, ma anche nella mixology

6 Giugno 2025

di **Marcella Pace**



ODERZO – La linea Bouquet, classica, adatta alla ristorazione e alle enoteche e poi la Millage, più fresca, pensata per un consumo leggero, serale e per il mondo della mixology.

Sono le due facce della stessa medaglia che il gruppo La Marca, la cooperativa di secondo livello del trevigiano, colosso nella produzione del Prosecco e nono produttore di vino in Italia, ha deciso di portare ad **Abruzzo in Bolla**.

All'evento dedicato alla spumantizzazione, organizzato da *Virtù Quotidiane* con il patrocinio del Consorzio Tutela vini d'Abruzzo, che si terrà per il terzo anno all'Aquila dal 21 al 23 giugno a Palazzo dell'Emiciclo, tra i banchi d'assaggio con oltre 40 cantine da tutta Italia non poteva mancare il Prosecco, il segmento delle bollicine pop che più di ogni altro traina le vendite all'estero.

Nato nel 1968 come azienda cooperativa, il gruppo la Marca, che fin dalle origini ha scritto un percorso profondamente intrecciato al suo territorio (il nome è il richiamo della zona La Marca Trevigiana), ha da sempre puntato il cuore del suo business sul Prosecco.



Oggi La Marca è tra i primi produttori di Prosecco in Italia (il 25 per cento della produzione di tutto il Prosecco Doc arriva dalle cantine del gruppo), con 80 milioni di bottiglie distribuite tra il Belpaese e una quarantina di Paesi all'estero.

Alla sua base ci sono otto cantine socie, con un bacino complessivo di 4.700 conferitori, per una superficie vitata di 15 mila ettari. Il suo fatturato arriva per l'85 per cento dall'estero e per il 15 dall'Italia.

“Le due linee che saranno presenti all’evento saranno la Bouquet e la Millage, spaziando tra Doc Treviso e Docg Conegliano Valdobbiadene con i differenti dosaggi (Brut e Extra Dry)”, anticipa **Davide Zanette**, responsabile commerciale Italia di La Marca.

“Entrambe sono linee Premium che vengono prodotte seguendo una selezione accurata delle masse vino per portare la delicatezza e la fragranza identificative de La Marca. La linea Bouquet, che è stata appena rinnovata, rappresenta la bellezza e la classicità e si adatta alla ristorazione ed enoteche. La linea Millage ha un vestito più fresco e gioviale che la vede ben proporsi per l’aperitivo, il consumo serale ed il mondo mixology”.

