



Il boom delle bolle, i rischi del Prosecco e l'Abruzzo nel guado, Paolini: ok lo spumante di mare ma facciamone anche uno di montagna

3 Ottobre 2024 

L'AQUILA – Complice forse il fatto che sia l'unico segmento col segno più dell'intero comparto quando si parla di vendite e di export, il critico gastronomico **Antonio Paolini** l'ha definita "la bolla delle bolle" e così ha voluto chiamare il talk che ha condotto il 13 settembre all'Aquila.

L'occasione è stata Abruzzo in Bolla, la manifestazione tutta dedicata agli spumanti che per la sua seconda edizione ha richiamato in città produttori, enologi e distributori da ogni parte d'Italia.

Lui, una delle firme più autorevoli del giornalismo enogastronomico italiano, è stato il primo a provare a dare una risposta: "Ci sono dei grandissimi attrattori e dei grandissimi motori, sono i soliti che conosciamo, la Franciacorta, il Trentodoc, il grande fenomeno Prosecco che corre qualche rischio visto il livello di dimensione a cui è arrivato ma che continua a conquistare territori. Il mercato italiano? Va in modo un po' schizofrenico", ha rilevato Paolini, "da un lato cerca l'affare e dall'altro è snob, quindi una terra di mezzo come può essere il Prosecco di qualità in questo momento lo amo un filino di meno. Per fortuna ci sono i francesi, il Prosecco sta crescendo in Francia in maniera esponenziale".

"La lezione da trarre come abruzzesi? Scegliere un'identità, non deflettere sulle scelte fatte – in questo momento siamo partiti con un acceleratore verso il mare, i Trabocchi – ma un pezzo di storia, di passato, di presente ma anche di futuro, considerando che i cambiamenti climatici, ci porta in alto", ha aggiunto Paolini. "Se quindi dobbiamo fare una bolla magari facciamone due: una di mare e una di montagna. Identifichiamo benissimo uve, territori e modalità per quella di mare e per quella di montagna. Creiamo squadre e non singoli, ci siano pure dei fenomeni a tirare la volta ma poi diamogli il cambio e soprattutto facciamone squadra!".

A confronto all'Aquila produttori, enologi e distributori di alcune delle aree che hanno fatto la storia della spumantizzazione italiana: "Per un'azienda piccola come la nostra il 65 per cento del mercato è ormai all'estero, in tutti i continenti", ha detto **Umberto Cosmo** di Bellenda Conegliano Valdobbiadene Prosecco superiore. "I dati dell'Italia non sono brillanti, manteniamo le posizioni però il futuro, a mio avviso, viene sempre giocato sul mercato mondiale per una denominazione ormai globale come quella del Prosecco."



Pietro Pellegrini di Pellegrini spa, uno dei più importanti importatori, esportatori e distributori d'Italia, ha poi posto l'accento sull'importanza de "l'identità di un territorio che riesce poi a trasmettere in modo molto più efficace. Quindi dal punto di vista del distributore", ha aggiunto, "l'identità territoriale diventa un aspetto fondamentale".

"La storia di quelli che si sono imposti nella spumantistica italiana, da una parte il Prosecco e dall'altro il Franciacorta, non solo a livello territoriale ma anche di vitigno, lo dimostra", ha fatto osservare. "Penso che l'identità territoriale sia fondamentale per poter fare un percorso dal punto di vista commerciale, è molto più facile riuscire a vendere un vino potendolo comunicare e potendo comunicare verità, concretezza e costanza nel tempo".

Paolo Rossino, direttore del Consorzio Alta Langa, ha portato la testimonianza piemontese: "Come denominazione noi ci siamo affacciati in modo più recente al mondo della spumantizzazione ma constatiamo che l'interesse per la qualità, nel nostro caso un metodo classico, è sempre maggiore", ha detto.

"Continuare nella produzione di uno spumante che abbia dei caratteri qualitativi precisi, che sia riconoscibile per il consumatore e che abbia una ragion d'essere nello scaffale e non sia solamente un complemento di gamma o una moda, è il nostro impegno per il futuro", ha aggiunto Rossino.

"Lo spumante è un prodotto che si colloca a 360 gradi, dalla festa patronale al gran gourmet", ha detto **Leonardo Seghetti** gastronomo e tecnologo alimentare, che ha ricordato le origini della spumantizzazione abruzzese che affondano alla meta dell'Ottocento, lanciando una provocazione: "Qualcuno pensa a fare uno spumante senza alcol? Ce l'avevamo già, è la gassosa!".

Al talk è intervenuto da remoto anche **Mattia Vezzola**, enologo e produttore, che ha offerto uno spaccato della storia della spumantizzazione italiana provando anche a tracciare la rotta di quello che è ormai il più importante segmento di mercato.

Organizzata e promossa da *Virtù Quotidiane* col patrocinio del Consorzio di tutela vini d'Abruzzo e di L'Aquila Capitale della cultura 2026 e il sostegno del Gal Gran Sasso-Velino, la seconda edizione di Abruzzo in Bolla ha poi visto la partecipazione di ben 27 cantine coi propri banchi d'assaggio.