



Ambasciator Prosecco

A ME MI PIACE

di Davide Paolini

Potrebbe essere una favola alla Cenerentola, ma è cronaca verace con protagonista un vino, ieri definito in maniera poco gentile "frizzantino", oggi alla ribalta mondiale, divenuto una star del made in Italy vinicolo. Un caso da manuale che da pochi giorni è addirittura ambasciatore dell'Italian Style a San Pietroburgo, dove ha fatto il suo ingresso nelle splendide sale del museo dell'Ermitage.

È il Prosecco Doc che nei prossimi 5 anni sarà lo spumante d'onore del prestigioso museo russo attraverso bottiglie esclusive (con un'etichetta speciale) ottenute con uve gleba 100%, vendemmia 2012.

Il consorzio di tutela della Doc prosecco potrà anche vestire alcune bottiglie con specifiche etichette, usufruendo di immagini di opere d'arte presenti nel museo di San Pietroburgo.

Il presidente del Prosecco Doc, Stefano Zanette, ha siglato infatti un accordo scientifico-culturale con l'Ermitage che così recita: «il tema del vino come elemento dell'identità, della storia e della cultura di territori, genti, nazioni; espressione di cultura nella sua relazione con l'ambiente, il paesaggio, l'arte». Il protocollo prevede anche un programma di collaborazione su ricerche e studi sul rapporto tra «arte e vino». Insomma viene data al vino quella valenza culturale che purtroppo tuttora viene negata dall'*Intelligenza* imperante, sorda sempre ad estendere la parola «cultura» al cibo.

Il territorio del Prosecco doc si trova nell'area Nord orientale dell'Italia nelle provincie di Treviso, Venezia, Vicenza, Padova, Belluno, Gorizia, Pordenone, Trieste e Udine. All'interno della zona di produzione del Prosecco doc c'è l'area più ristretta della Docg Prosecco di Conegliano, Valdobbiadene e Colli Asolani e dalla Pedemontana a Nervesa della Battaglia (incluse le colline di Asolo e Montello). Complessivamente le bottiglie di Prosecco prodotte sono 280 milioni, di cui circa il 60% esportato. Un successo senza soluzione di continuità in Italia e all'estero, dovuto alle caratteristiche del prodotto: unico, giovane, fresco, versatile, poco presuntuoso; da aperitivo a tutto pasto, adatto alle diverse cucine. La crescita, così rapida nel tempo, è dovuta in primo luogo all'incremento della qualità nell'ultimo decennio, ad alcuni brand che si sono imposti e anche al prezzo «appetibile» in questo particolare momento economico. *Sine qua non*

**Il gastronomo è ogni sabato
alle 11 su Radio24**