



## ASOLO MONTELLO: BELLEZZA, VALORE, IDENTITÀ

*Il Consorzio Vini Asolo Montello celebra 40 anni di storia dimostrando come il vino sia un generatore di benessere e valore nonché marcatore di identità per tutto il territorio. E presenta i numeri di un'economia in salute: 32.450.000 bottiglie di Asolo Prosecco Superiore, 25.400 bottiglie di Montello Docg e 473.500 di Montello Asolo Doc.*

Vino ed economia, vino e bellezza. Sono stati questi i due temi centrali della due giorni di eventi per il **quarantesimo anniversario del Consorzio Tutela Asolo Montello**, svoltasi l'11 e 12 ottobre. Il primo giorno ad **Asolo** produttori ed esperti si sono confrontati sui successi, le sfide e le strategie per dare sempre più valore al vino e, in particolare, all'Asolo Prosecco Superiore. Il secondo giorno nella **Villa di Maser**, progettata da Andrea Palladio e affrescata da Paolo Veronese, centinaia di visitatori, in gran parte giovani, hanno avuto la possibilità di incontrare i produttori di Asolo Prosecco Superiore Docg, Montello Docg e Montello Asolo Doc nell'evento *"Elevate your choice: vino, bellezza, territorio"*, degustando i vini ma non solo. Il Consorzio, da sempre promotore del **connubio tra vino, arte e bellezza**, ha infatti organizzato due seminari, aperti al pubblico, a cura del critico enoico Armando Castagno, per approfondire il tema della bellezza e dedicati alle denominazioni dei vini del territorio.

Chiuse le celebrazioni con un bilancio più che positivo, il Consorzio guarda ora già ai prossimi progetti. **Michele Noal, Presidente del Consorzio Vini Asolo Montello**, ha dichiarato: *<<La nostra strategia è puntare su tre elementi distintivi. Abbiamo un territorio che concentra bellezze che tutto il mondo di invidia, come la Gypsoteca di Antonio Canova, che qui nacque, la Villa di Maser, progettata da Andrea Palladio, il borgo di Asolo e l'Abbazia di Sant'Eustachio, solo per citarne alcune. Abbiamo molte attrattive per il turismo sportivo, come la possibilità di fare parapendio, bike, escursionismo e il turismo culturale, grazie ai Percorsi della Grande Guerra. Un patrimonio che ci consente di avere una grande propensione turistica, elemento sul quale vorremmo puntare anche in futuro. Abbiamo una dimensione limitata, che desideriamo mantenere tale anche attraverso la gestione degli impianti che consente di gestire la crescita, infine parliamo la lingua del mondo, grazie ad aziende che lavorano in Italia e all'Estero.>>*

**Vino oltre il vino** - *"Orizzonte Vino. Asolo Montello: quando un prodotto genera ricchezza e benessere per un intero territorio"* è stato il titolo della tavola rotonda moderata da Sebastiano

CONSORZIO TUTELA VINI ASOLO MONTELLO

Via Strada Muson, 2/C 31011 Asolo (TV) - Italy  
+39 0423.951683 | [info@asolomontello.it](mailto:info@asolomontello.it) | [asolomontello@pec.it](mailto:asolomontello@pec.it)  
[www.asolomontello.it](http://www.asolomontello.it)



Barisoni, vicedirettore esecutivo di Radio 24 – Il Sole 24 Ore sabato 11 ottobre presso il Teatro Duse ad Asolo, dove sono intervenuti Eugenio Pomarici, professore ordinario dell'Università di Padova, Marco Simoncini, responsabile commerciale di Metrica Ricerche e Renato Mason, Segretario di Cgia di Mestre. Durante l'incontro sono stati presentati i dati economici di una realtà in salute, dove si producono il Montello Docg, il Montello Asolo Doc e l'Asolo Prosecco Superiore Docg su una superficie vitata complessiva di 2271 ettari. L'Asolo Prosecco Superiore Docg, in particolare, è cresciuto in modo importante, passando da una produzione di circa 1,2 milioni di **bottiglie** nel 2009 a **32.450.000 nel 2024, vendute per il 40% in Italia e per il 60% all'Estero**. A questa si affiancano il Montello Docg con 25.400 bottiglie e il Montello Asolo Doc con 473.500.

Una realtà di successo dove i produttori rimangono con i piedi saldi a terra, come dimostra la fotografia del distretto effettuata dalla CGIA di Mestre, che evidenzia come nell'area ci sia un equilibrio tra settori produttivi, non solo vino, quindi, ma anche servizi alle imprese, commercio, costruzioni, solo per citarne alcuni. Il mondo del vino crea benessere in quanto **il 32% del valore generato dalle imprese (20% nel resto d'Italia) viene reinvestito anzitutto nel territorio**, creando occupazione, acquisti e servizi. Infine, è un territorio che non ha ceduto all'industrializzazione ma si è mantenuto attrattivo anche dal punto di vista turistico, come dimostrato dai **90.000 arrivi turistici e 230.000 presenze all'anno**. Proprio il turismo può essere un modo per aumentare la distintività del prodotto, come emerge dalla ricerca di Metrica, deve lavorare ancora sul rafforzare la propria identità.

**L'analisi di Metrica** - Svolta nei canali della ristorazione, della distribuzione moderna e sul consumatore finale, con oltre 1000 interviste, l'analisi ha evidenziato quali siano i punti di forza e le aree di miglioramento. Se da un lato l'Asolo Prosecco Superiore piace e chi lo scopre lo riacquista, dall'altro la conoscenza deve ancora crescere in un panorama complesso. **Rafforzare l'identità** sarà l'obiettivo per il futuro, come confermato dal Presidente del Consorzio di Tutela Vini Asolo Montello Michele Noal, creando una comunicazione unitaria.

CONSORZIO TUTELA VINI ASOLO MONTELLO

Via Strada Muson, 2/C 31011 Asolo (TV) - Italy  
+39 0423.951683 | [info@asolomontello.it](mailto:info@asolomontello.it) | [asolomontello@pec.it](mailto:asolomontello@pec.it)  
[www.asolomontello.it](http://www.asolomontello.it)