vinetur

Follador lancia un blog che riposiziona il Prosecco come vino da tavola

L’azienda italiana dice che il sito abbinerà ricette locali al Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG per sfidare la percezione di vino solo da aperitivo.

lunedì 24 agosto 2026



Follador Prosecco dal 1769, azienda vinicola di Col San Martino nel nord Italia, ha lanciato un blog incentrato sul cibo con l'obiettivo di presentare il Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG come vino da tavola e non solo da aperitivo.

L'azienda ha annunciato il progetto il 24 agosto, affermando che il nuovo spazio online sarà dedicato a ricette tradizionali, abbinamenti gastronomici e a quella che ha definito una cultura dei pasti condivisi legata all'area Conegliano Valdobbiadene. L'iniziativa è pensata per avvicinare i vini della cantina ai pasti quotidiani e alle tradizioni culinarie locali.

Secondo Follador, il blog proporrà ricette radicate nella cultura alimentare del proprio territorio e suggerimenti per abbinare quei piatti alle diverse espressioni di Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG. La cantina ha affermato che l'obiettivo è riportare il Prosecco a quello che considera il suo contesto originario: la tavola, le riunioni di famiglia e i pasti legati alle stagioni.

«Per noi, il Prosecco non è mai stato soltanto un vino da aperitivo», ha detto Cristina Follador in una dichiarazione diffusa dall'azienda. Ha affermato che a Conegliano Valdobbiadene il Prosecco fa parte della vita quotidiana, della cucina e dei momenti condivisi, e che raccontarne la storia attraverso le ricette lo riporta in un contesto in cui incontra naturalmente il cibo, le stagioni e le persone.

Il progetto riflette un più ampio sforzo dei produttori del settore degli spumanti in Italia per ampliare il modo in cui i consumatori pensano al Prosecco. In molti mercati esteri, il Prosecco è strettamente associato agli aperitivi, agli spritz e alle occasioni sociali informali. Follador ora cerca di sottolinearne un uso diverso: un vino che può accompagnare un pasto completo e adattarsi a diversi tipi di piatti.

La cantina ha detto che il blog è pensato come una piattaforma editoriale piuttosto che come una semplice raccolta di ricette. Intende usare il sito per parlare di ingredienti locali, pasti in stile familiare e del rapporto tra il vino e il territorio in cui viene prodotto. Secondo l'azienda, ogni ricetta servirà a spiegare come uno spumante delle colline di Conegliano Valdobbiadene possa funzionare con il cibo grazie alla sua freschezza, al suo equilibrio e al suo profilo aromatico.

Follador ha collegato questa tesi alle condizioni di produzione sulle colline attorno a Col San Martino, nel cuore della denominazione Conegliano Valdobbiadene, in Veneto. L'azienda ha affermato che l'area è caratterizzata da forti pendenze, piccole parcelle vitate frammentate e da un ampio ricorso al lavoro manuale in vigna. Queste condizioni, ha detto, plasmano il carattere dei vini e ne sostengono l'uso a tavola.

«La condivisione fa parte della cultura della nostra famiglia», ha detto Cristina Follador. «Il vino non è mai separato dal momento in cui viene condiviso. A tavola esprime una dimensione più piena, perché incontra i sapori, le storie e le radici del luogo da cui proviene».

L'azienda non ha diffuso dettagli finanziari relativi al blog e non ha detto se il progetto sia collegato a un più ampio investimento di marketing digitale. Non ha inoltre fornito obiettivi di traffico, frequenza di pubblicazione o il numero di collaboratori che scriveranno per la piattaforma. L'annuncio si è concentrato invece sul concetto editoriale e sul tentativo della cantina di presentare il Prosecco Superiore DOCG come parte di una più ampia narrativa legata al cibo e allo stile di vita.

Follador è uno dei diversi produttori storici della denominazione Conegliano Valdobbiadene, l'area collinare nota per produrre Prosecco di livello superiore sotto la classificazione DOCG. La storia enologica dell'azienda risale al 1769, quando, secondo la famiglia, un antenato di nome Giovanni Follador ricevette un riconoscimento dal Doge di Venezia per la qualità dei suoi vini. La cantina afferma che da allora nove generazioni della famiglia sono rimaste legate al territorio.

Oggi l'azienda è guidata dai fratelli Michele, Cristina, Emanuela e Francesca Follador. La società afferma che la propria identità si basa su innovazione tecnica, sostenibilità e rispetto della tradizione. Indica inoltre il Gianfranco Follador Method®, un protocollo di vinificazione sviluppato internamente, come parte del proprio approccio produttivo. Nella sua nota, la cantina ha descritto quel metodo come centrale per mantenere coerenza e stile in tutti i suoi vini.

La cantina di famiglia ha sede in una zona che fa parte delle colline di Conegliano e Valdobbiadene iscritte nella lista UNESCO. Quel riconoscimento ha contribuito ad accrescere negli ultimi anni il profilo internazionale dell'area, non solo come centro di

produzione vinicola ma anche come paesaggio culturale plasmato da generazioni di lavoro in vigna. Il nuovo blog di Follador sembra essere un tentativo di usare in modo più diretto questa identità legata al luogo nella comunicazione con i consumatori.

L’azienda afferma che le esportazioni sono una componente chiave del proprio business e che i suoi vini sono distribuiti in oltre 20 mercati internazionali, tra cui Stati Uniti, Regno Unito, Germania, Cina e Nuova Zelanda. Con il lancio di un blog incentrato su cibo e abbinamenti, la cantina si rivolge anche ai consumatori stranieri che possono conoscere il Prosecco come spumante da consumo informale, ma che hanno meno familiarità con il suo ruolo nei pasti locali del nord Italia.

La mossa arriva mentre i produttori di vino usano sempre più contenuti editoriali, racconti di ricette e marketing digitale legato allo stile di vita per raggiungere i consumatori al di là delle note di degustazione e delle descrizioni di prodotto tradizionali. Per le cantine con una forte identità turistica e territoriale, i contenuti gastronomici sono diventati un modo per collegare le bottiglie a esperienze più ampie, tra cui cucina regionale, abitudini familiari e alimentazione stagionale.

Nel caso di Follador, l’azienda afferma che la nuova piattaforma serve ad ampliare online la propria identità attraverso storie di convivialità, radici e gastronomia. Il blog dovrebbe presentare il Prosecco Superiore DOCG non solo come uno spumante da celebrazione, ma anche come un vino che può accompagnare il pranzo e la cena insieme ai piatti della propria regione d’origine e non solo.