Asolo Prosecco più forte del Covid: +10% rispetto al 2019

consorzio-asolo-prosecco-l-9b9ec11b

L’Asolo Prosecco chiude il 2020 a quota 18,7 milioni di bottiglie certificate, con un incremento del 10% rispetto al 2019, quando le certificazioni erano ammontate a 17 milioni di bottiglie. Nonostante la congiuntura dettata dalla pandemia, le vendite dell’Asolo Prosecco si sono mantenute costantemente al di sopra dei livelli dell’anno precedente per tutto il 2020: in ottobre e novembre si è registrata un’ulteriore impennata, con 2,5 milioni di bottiglie certificate in ciascuno dei due mesi, così come si è confermato in accelerazione il mese di dicembre, che ha segnato una crescita del 34% rispetto all’ultimo mese del 2019. In ragione dei risultati del 2020, l’Asolo Prosecco è salito al 20° posto fra le denominazioni di origine italiane dalla 31a posizione occupata solo nel 2018. Si tratta della settima denominazione italiana specializzata nella coltivazione di uve bianche e la quarta nella spumantistica.

“Nonostante i gravi cambiamenti che la pandemia ha prodotto sulla società e sulle abitudini verso i consumi - commenta il presidente del Consorzio Asolo Prosecco, **Ugo Zamperoni** -, *il 2020 è stato un altro anno di consistente incremento per la nostra denominazione. I dati dell’ultimo trimestre rafforzano la percezione della dinamica ancora crescente della domanda di Asolo Prosecco, il che conferma la validità delle scelte che abbiamo adottato per la vendemmia 2020, quando siamo stati tra i pochi Consorzi di tutela italiani a non ridurre le rese, ritenendo addirittura opportuno richiedere alla Regione Veneto l’autorizzazione ad adottare la riserva vendemmiale: una scelta espansiva che ci permetterà di assecondare eventuali richieste aggiuntive, qualora nel corso del nuovo anno il mercato continuasse a domandare volumi sempre maggiori. Del resto, già la scorsa primavera scegliemmo di liberare lo stoccaggio della vendemmia 2019 per non creare criticità nell’offerta di prodotto, e anche questa si è dimostrata una scelta corretta. I dati delle giacenze, poi, ci dicono che il vino prodotto nel 2019 è praticamente tutto esaurito, tanto che negli ultimi mesi del 2020 è stato necessario usufruire di vino nuovo”.*

La crescita dell’Asolo Prosecco è avvenuta soprattutto attraverso il canale della grande distribuzione, sia in Italia che all’estero, mentre hanno riscontrato delle criticità le aziende medio-piccole che

avevano come principale canale di sbocco la ristorazione italiana, fortemente penalizzata dalla crisi. *“Proprio per questo* – spiega Zamperoni – *le attività di promozione che abbiamo in cantiere nelle maggiori città nazionali mireranno ad interessare all’Asolo Prosecco una fascia sempre più ampia di utenti, sensibili ad una produzione spumantistica connotata dai forti valori identitari qual è la nostra. Ci conforta peraltro che nel 2020 i valori dell’uva e del vino all’ingrosso si siano mantenuti costanti, se non con qualche accenno al rialzo, permettendo di mantenere equilibri proporzionati all’interno di una filiera che si sta fortemente impegnando nel garantire una continua crescita di qualità, come dimostrano le posizioni di assoluto rilievo conquistate nel 2020 da molti produttori di Asolo Prosecco pressoché in tutti i maggiori concorsi enologici internazionali”.*