Il Franciacorta vola

img-news-franciacorta-90490fbc

Il Franciacorta nel 2012 consolida la sua posizione con una performance positiva e controtendenza che fa registrare una crescita dei **volumi del 25%** rispetto al 2011, un **valore al consumo di quasi 270 milioni di euro** (prezzo medio bottiglia 19,41 euro, iva inclusa) e **13.85 milioni di bottiglie vendute**.
"Siamo soddisfatti dei risultati ottenuti quest'anno, la crescita è aumentata in maniera coerente nei volumi e nei valori, mantenendo costante il prezzo medio per bottiglia" dichiara **Maurizio Zanella, Presidente del Consorzio Franciacorta**, commentando i dati relativi al 2012 ottenuti dall **'Osservatorio Economico**, lo strumento di rilevazione istituito da oltre un anno all'interno del Consorzio Franciacorta che **raccoglie dati certi delle aziende associate**.
Sul mercato, inoltre, la domanda ha espresso un consenso crescente verso il **Rosé**, che fa rilevare un incremento del 50%, e sul **Satèn**, che **corrisponde a circa il 10% della produzione totale. D** all'elaborazione dei dati emerge che il Franciacorta ha avuto **un forte incremento nel numero di bottiglie vendute nel centro Italia**, in particolare Lazio e Campania, sebbene **il Nord Italia** mantenga ampiamente **il primato di vendita con un + 19%.**
All'estero Franciacorta mantiene il suo appeal. L'incidenza dell'export sul totale delle bottiglie vendute è pari all'8%. Il principale mercato si conferma **il Giappone**, a seguire Germania, Svizzera e Nord America.
Sbocchi **interessanti si dimostrano Inghilterra e Nord Europa.** Nel 2013 sono state pianificate **nuove attività di comunicazione con l'obiettivo di promuovere il Franciacorta e la Franciacorta** anche in questi mercati.
"*In Italia cercheremo di sviluppare ulteriormente la penetrazione in alcune aree, principalmente nel sud Italia; la prima data dei Festival itineranti sarà infatti il 22 aprile a Bari* – **conclude Maurizio Zanella***. Per l'estero, inizieremo subito con Prowein il 24 marzo a Düsseldorf, abbiamo poi in programma nuove azioni promozionali negli Usa, Uk , Nord Europa e Giappone".*