Prosecco, il 2015 anno di svolta: il valore cresce più della quantità

28-51b9e2be

Sono 10mila e 452 aziende viticole, 1.201 le aziende vinificatrici e 356 le case spumantistiche che compongono il variegato mondo del **Prosecco Doc**. Un territorio di 20mila e 250 ettari di vigneto spalmato su nove province di due meravigliose regioni del nordest: Treviso, Venezia, Vicenza, Padova, Belluno per il Veneto; Trieste, Udine, Pordenone, Gorizia per il FVG. Dove i vigneti di Glera, vitigno atto a produrre il Prosecco, incidono in termini di occupazione del suolo con una quota media inferiore al 3% della superficie agricola.

Il 2015 è stata una buona annata per il vino, anzi ottima, soprattutto se paragonata al 2014, anno horribilis per la vitivinicoltura. In termini di quantità dai 2.240.000 hl del 2014 siamo passati - con un incremento di circa il 50% - ai 3.400.000 hl del 2015. In termini di bottiglie nel 2015 si sono prodotte 355.231.691 di bottiglie pari a + 15,80% (rispetto al 2014 che ne contava 306 milioni). Ipotizzando che siano tutte da 0,75 litri. Ma considerando che nei formati più piccoli se ne imbottigliano ogni anno svariati milioni, piace pensare che ogni giorno, nei 4 angoli del mondo, viene stappato un milione di bottiglie di Prosecco Doc.

La passione dei consumatori per il Prosecco non accenna a diminuire; né **in Italia dove avvengono il 30% dei consumi** (106 milioni di bottiglie = 65% nord; 20% centro; 15% al sud) né **all'estero dove viene assorbito il restante 70% della produzione complessiva** (circa 249 milioni di bottiglie; 74% in Europa; 20 % Nord America; e il 6% tra Asia, Africa, Australia e Sudamerica). Il **Regno Unito** che con un incremento del 48,51% sul 2014 oggi vale il 35,13% della quota export%; gli **USA** con un incremento del 22,64 % sull'anno precedente oggi valgono 17,38% e la **Germania** (+ 0,84%) per una quota export pari a 16,73 % conferma un trend interessante: calano i consumi teutonici di Prosecco Frizzante a favore del Prosecco Spumante.

In un mercato effervescente caratterizzato da una crescita costante, alcuni Paesi si distinguono per una crescita decisamente sopra la media, altri per il segno negativo. Segnaliamo ad esempio la

Francia (+51,88%), la **Nuova Zelanda** (+61,87), la **Repubblica Domenicana** con +148,90, quasi identico risultato per il **Vietnam** (+148,63). Una sorpresa giunge da **Emirati Arabi, Nigeria, SudAfrica** che superano ogni previsione. Calano **Russia** (-16,46), **Cina** (-15,48%) e **Brasile** (-36,50). Sono tre Paesi dove quest'ultimo anno c'è stata una forte svalutazione della moneta o aumento dei dazi doganali.

Nel 2015 **l'incremento dell'export è stato del 23% mentre l'incremento del valore è stato del 24,5%**. Questo dato evidenzia come il Prosecco – in controtendenza rispetto agli anni precedenti - stia ottenendo un riconoscimento anche in termini economici. Il consumatore apprezza il Prosecco ed è disposto a spendere un po' di più per assicurarsi un prodotto di qualità. Questo "giusto" prezzo che il consumatore è disposto a pagare permette un'equa remunerazione a tutti gli attori della filiera a partire dal produttore per arrivare all'imbottigliatore. Senza considerare l'indotto e ipotizzando un prezzo medio di 4,5 euro a bottiglia, il giro d'affari nel 2015 è di circa **1 miliardo e 700 milioni di euro** (stima valore al consumo).

"Vogliamo dare al consumatore la massima garanzia - spiega **Luca Giavi**, direttore del Consorzio della Doc Prosecco - prova ne sia l'adozione del Contrassegno di Stato che non eravamo obbligati ad utilizzare, ma che abbiamo voluto applicare per tutelare il consumatore su origine e qualità aiutandolo ad orientarsi nella scelta".

"Il Consorzio del Prosecco Doc – tiene a precisare il presidente della Doc Prosecco **Stefano Zanette** - sta sempre più spingendo nella direzione della sostenibilità. Non a caso domani presenteremo il nuovo Vedemecum Viticolo, progetto che da anni portiamo avanti con il Consorzio Vini Venezia. E all'orizzonte si profilano nuove progettualità sul fronte della sostenibilità. Nonostante i grandi numeri va ricordato che la superficie media delle nostre aziende corrisponde a circa 2 ettari".

Inedito il profilo del "consumatore tipo" emerso **dall'indagine SWG** e raccontata dal suo direttore scientifico **Enzo Risso**. Con uno sguardo analitico sulla percezione del consumatore. Allegria, condivisione, leggerezza e armonia sono solo alcuni degli elementi che compongono lo stato d'animo di chi si affaccia ad un bicchiere di Prosecco. "Ne emerge l'immagine di un **vino fresco e giovanile** che piace perché rende la vita piacevole trendy e spensierata. Un vino – spiega Risso - che ti fa stare bene con gli amici, conviviale per eccellenza, che sa raccontare lo stile di una persona ma anche la sua voglia di essere diversa e unica".