

Il Prosecco DOC guarda al futuro con positività

scritto da Agnese Ceschi | 21 Luglio 2021



Direttore, partiamo dai dati della produzione 2020?

La DOC Prosecco copre 24.450 ettari vitati, distribuiti tra 11.609 viticoltori e 1.169 vinificatori, di cui 347 case spumantistiche. Nel 2020 sono state commercializzate 500 milioni di bottiglie, con un incremento del 2,8% rispetto al 2019, di cui: 79,9% spumante nelle varie declinazioni, 3,4% spumante rosé, 16,7% frizzante e meno dello 0,1% tranquillo. Le vendite si sono concentrare per un 21,5% in Italia, mentre la maggioranza del 78,5% all'estero.

In quali Paesi il Prosecco DOC è stato maggiormente esportato?

Nel 2020 si sono confermati leader di acquisto i Paesi tradizionalmente affezionati al Prosecco come il Regno Unito, gli Stati Uniti e la Germania. I primi due, consumando volumi

importanti (rispettivamente 115 e 80 milioni di bottiglie) hanno evidenziato una sostanziale stabilità rispetto agli incrementi precedenti. La Germania invece ha avuto una curva in salita (+5%) così come la Francia (+15,3%), la Svizzera (+10,2%) e il Belgio (+18,1%).

Come si è comportato il nuovo ingresso, Prosecco Rosé?

Nel 2020 il settore della grande distribuzione ha performato meglio rispetto all'anno precedente, infatti l'incidenza del totale è passata dal 58% del 2019 al 69% del 2020. Contrariamente, a causa delle restrizioni che hanno penalizzato significativamente i consumi fuori casa, l'Horeca ha registrato un crollo dal 32% del 2019 al 20% del 2020. Invariati gli altri canali che sono rimasti assestati su un 10% di fetta di mercato.

Come si è comportato il nuovo ingresso, Prosecco Rosé?

Nel 2020, in soli tre mesi, sono state imbottigliate 16,8 milioni di bottiglie di Prosecco DOC Rosé da 111 case spumantistiche, ovvero al 3,4% della produzione totale di Prosecco DOC. Nel primo semestre del 2021, gli imbottigliamenti della tipologia rosé è salita a ben 37 milioni di bottiglie, per cui possiamo stimare di giungere ad una quota annuale di circa 70 milioni di bottiglie, con una percentuale d'incidenza di circa il 13-15% sul totale della denominazione. Ci attendiamo che l'Italia assorbirà circa il 15-20% della produzione, mentre il restante 80-85% sarà destinato all'export nei seguenti mercati principali: USA, UK, Canada, Scandinavia, Francia, Est-Asia. Per quanto riguarda i canali distributivi la GDO la fa da padrone con una fetta di mercato del 55-60%, seguita dell'Horeca (30-35%).

Come si potrà garantire il posizionamento del Prosecco DOC senza cadere in svalutazioni di prezzo negli anni?

Il tema è cruciale per il Consorzio, infatti il nostro obiettivo è quello di conferire "durabilità" alla nostra

denominazione, attraverso diverse scelte:

- una gestione della produzione, che consenta di sviluppare volumi e valori sostenibili, compresi quelli immateriali propri di una denominazione come il legame con il territorio e le comunità, la tradizione e la coltura.
- Iniziative che permettono di incrementare il livello di sostenibilità ambientale, sociale ed economica della denominazione. A tal proposito si segnala il progetto “Prosecco Sostenibile”: il progetto introduce un sistema di gestione per la sostenibilità lungo la filiera, che prevede, oltre ad un protocollo viticolo per la gestione delle operazioni culturali nel rispetto e nella tutela dell’ambiente, il calcolo di indicatori ambientali quali l’impronta carbonica, idrica e la biodiversità.
- Iniziative che consentano di segmentare la produzione, attraverso la ricerca e l’innovazione come le pratiche produttive o la definizione di aree territoriali specificatamente caratterizzate.
- L’attività di info-formazione dal viticoltore fino al venditore, al fine di incrementare il senso di appartenenza alla Denominazione.
- La promozione, la formazione e l’informazione al consumatore finale circa le peculiarità del Prosecco DOC.
- La tutela del consumatore mantenendo i controlli lungo tutta la filiera produttiva circa la qualità e l’origine del prodotto e ponendo azioni legali per contrastare chi usa in modo improprio il nome Prosecco.

Come uscirà il Prosecco DOC dalla pandemia?

La pandemia ha messo a dura prova il settore vitivinicolo, in particolare gli operatori maggiormente orientati al canale della ristorazione. D’altro canto, allo stesso tempo, ha accresciuto le opportunità per quelli esposti con la grande distribuzione, tant’è, come indicato nella prima risposta, la

denominazione in generale è riuscita ad incrementare le proprie vendite, grazie anche al contributo delle attività di promozione e di tutela, dando un'inaspettata soddisfazione lungo tutta la filiera produttiva.

Inoltre, tenuto conto che il periodo che stiamo attraversando ha spinto ad una riflessione circa la salvaguardia dell'ambiente e dei rapporti umani, riteniamo che la pandemia porterà ad un'accelerazione di tutti quei processivolti alla sostenibilità ambientale ed etico-sociale. A tal proposito la Denominazione rafforzerà e implementerà le azioni già avviate, al fine di tendere ad una continua crescita del valore immateriale delle produzioni e del territorio.