

Prosecco DOC, ottime prestazioni 2022: fattori, strategie e risultati

scritto da Emanuele Fiorio | 17 Marzo 2023



Il Prosecco DOC gode di ottima salute, lo testimoniano i dati relativi al bilancio 2022 del [Consorzio di Tutela del Prosecco DOC](#), organo di tutela e promozione delle note bollicine veneto-friulane.

Ottime performance che indicano **crescite sia in volume (+1,8% sul 2021) che in valore (+11,5% sul 2021)** per un totale di 638,5 milioni di bottiglie vendute e un controvalore stimato di oltre 3 miliardi di euro.

L'export è sempre più determinante nelle vendite della denominazione Prosecco DOC e i risultati sul mercato statunitense sono emblematici in tal senso. Gli States

infatti, dopo aver superato il Regno Unito, sono divenuti il primo mercato di destinazione sia a volume che a valore.

In quest'ottica ho voluto approfondire con **Luca Giavi, Direttore Generale del Consorzio di tutela del Prosecco DOC**, i fattori determinanti e le strategie che hanno permesso al Consorzio di raggiungere questi risultati incoraggianti.

Il bilancio 2022 registra una crescita in valore nettamente più pronunciata rispetto a quella in volume. Quali sono i fattori che hanno determinato questa forbice?

La crescita più che proporzionale del valore è stata determinata da un lato dall'incremento dei costi di produzione come quelli energetici e del materiale secco, in particolare le bottiglie di vetro, dall'altro dalle politiche che hanno guidato la denominazione. Per quanto riguarda il Consorzio, sono stati adottati tutti gli strumenti messi a disposizione dalla normativa vigente, per mantenere stabile il valore della materia prima, al netto dei costi produttivi, per garantire in ogni caso gli standard qualitativi raggiunti.

L'export è sempre più determinante nelle vendite della denominazione Prosecco DOC, quali sono gli obiettivi prioritari sui mercati internazionali per l'anno in corso?

Gli obiettivi della Denominazione sono:

- consolidare i mercati in termini di volumi, al fine di poter consentire la programmazione delle attività consortili e aziendali nel prossimo futuro;
- valorizzare le produzioni sia nelle componenti materiali (profilo organolettico del Prosecco), che in quelle immateriali come la sostenibilità ambientale ed etico-sociale.

Operando in tal senso, riteniamo di conferire durabilità alla Denominazione e quindi salvaguardare il patrimonio (storico-culturale, ambientale, paesaggistico, sociale ed economico) per le prossime generazioni.

Per quanto riguarda il mercato interno, a fronte di forti volumi di vendita, qual è la vostra politica per aumentare il valore percepito della denominazione?

Come indicato precedentemente, la nostra politica prevede interventi sia sul prodotto che sul territorio per incrementare il valore percepito della nostra DO. Inoltre, sul fronte della **comunicazione**, si stanno **sviluppando azioni tese a legare il Prosecco DOC ad altre realtà con un elevato percepito reputazionale**, anche non legate al settore agroalimentare, come la moda, il design (ad esempio la [campagna "Soggetto Design"](#)) e più in generale l'alta gamma italiana.

I timori riguardo alle rese della scorsa vendemmia sono stati dissipati, quali sono state le strategie messe in campo per gestire adeguatamente i volumi?

Le principali criticità dovute al cambiamento climatico sono gli eventi avversi di forte intensità su ampie zone (in particolare le grandinate e le gelate) e la siccità, che interessa, sostanzialmente, tutto il continente.

Per quanto riguarda quest'ultimo fattore, gli operatori, da diversi anni, hanno realizzato nei loro vigneti idonei **sistemi d'irrigazione di precisione, evitando gli sprechi del passato** con le irrigazioni di scorrimento e salvaguardando quantità e qualità.

Inoltre, per quanto riguarda la campagna scorsa, si sono verificate delle precipitazioni ad inizio settembre che hanno consentito al grappolo di svilupparsi adeguatamente prima della raccolta.

Per quanto riguarda le grandinate o le gelate, in questi casi

le produzioni sono totalmente o parzialmente compromesse a livello aziendale.

Il Consorzio, però, programma le produzioni della Denominazione facendo fronte anche a questi eventi imprevedibili, purtroppo sempre più frequenti, infatti grazie alla possibilità di regolare (con provvedimento amministrativo delle Regione) la superficie di vigneti potenzialmente idonei a Prosecco tra quelli ricadenti nell'area di produzione definita dal disciplinare, è possibile conseguire una certa costanza produttiva negli anni.

Per cui, per quanto ci riguarda, **le nostre strategie sono legate, da un lato, al progresso tecnologico e alla gestione del territorio e, dall'altro, alla programmazione della Denominazione.**

Gli Stati Uniti sono divenuti il primo mercato di destinazione sia a volume (superato UK) che a valore. Quali sono stati i fattori determinanti che hanno permesso queste performance?

Dalla costituzione della DOC Prosecco, gli Stati Uniti hanno sempre registrato un continuo incremento dei volumi, privilegiando le produzioni di maggior valore.

Se in passato le esportazioni erano concentrate sugli Stati dell'East Coast, come New York e Florida, e della West Coast come la California, **ora nel palmares si possono annoverare anche Texas, Illinois, Massachusetts, Pennsylvania e altri**, per cui il consumo di prodotto non sta più interessando solo alcune parti del paese le coste, ma sta raggiungendo anche il sud e l'interno degli USA.



Luca Giavi, Direttore Generale del Consorzio di tutela del
Prosecco DOC