

Annual Report Valoritalia 2023: fattore chiave d'acquisto? Dopo il prezzo, ci sono le certificazioni

scritto da Emanuele Fiorio | 23 Luglio 2023



VALORITALIA ANNUAL REPORT 2023

L'edizione 2023 dell'Annual Report di Valoritalia, presentata di recente a Casina Valadier a Roma, ha offerto un'analisi dettagliata dei dati emersi dai processi di certificazione di 218 denominazioni di origine italiane. Questo studio approfondito, condotto dall'Osservatorio Nomisma Wine Monitor – Valoritalia, ha esaminato i **comportamenti e le tendenze di acquisto dei consumatori italiani e britannici, mettendoli a confronto** per fornire una panoramica completa del settore vitivinicolo.

L'Annual Report Valoritalia 2023 ha rilevato un cambiamento

significativo rispetto all'anno precedente. Mentre nel 2021 il settore del vino italiano aveva registrato numeri molto positivi, **nel 2022 si è verificato un evidente rallentamento, con una contrazione di circa -3,8%**. Questa diminuzione può essere attribuita principalmente al **conflitto russo-ucraino e alla conseguente crisi energetica**, che hanno avuto un impatto significativo sui flussi economici in diversi settori.

Francesco Liantonio, il Presidente di Valoritalia, ha sottolineato che **questa contrazione era prevista, in quanto il vino è considerato un indicatore sensibile degli andamenti economici generali**. Tuttavia, Liantonio ha anche evidenziato come il sistema vinicolo italiano nel suo complesso abbia dimostrato di resistere, soprattutto nel secondo semestre del 2022, e come i dati del **primo quadrimestre del 2023 inducano a un cauto ottimismo**. Questo segnale positivo indica la solidità delle denominazioni di origine italiane, che sono in grado di superare momenti di incertezza e difficoltà.

Nonostante le difficoltà, l'Annual Report ha rivelato un dato interessante: **circa un terzo delle denominazioni certificate Valoritalia ha mostrato una crescita dei volumi**. Tra le denominazioni più performanti si distinguono il Sistema Prosecco, composto dalle D.O.P. Prosecco, Asolo Prosecco e Conegliano Valdobbiadene, seguito da Franciacorta, Asti e Moscato D'Asti, Alta Langa, Collio, Lugana, Oltrepò Pavese, Vino Nobile di Montepulciano, Frascati e Castel del Monte.

Il confronto con il mercato UK

Durante l'incontro, si è discusso ampiamente del **tema dell'internazionalità**, basandosi sull'approfondimento condotto da Nomisma per Valoritalia. Quest'anno, la ricerca non si è limitata ad analizzare solo il mercato italiano, ma ha anche esaminato i consumatori nel Regno Unito. Sono state svolte **due indagini parallele coinvolgendo 1000 consumatori di vino per ciascun mercato**, al fine di analizzare i nuovi trend di

consumo nei due Paesi.

Denis Pantini, Responsabile Agroalimentare Wine Monitor presso Nomisma, ha spiegato che i criteri di scelta dei consumatori differiscono tra i due Paesi. Ad esempio, la **presenza del marchio di denominazione risulta rilevante per il 62% dei consumatori italiani**, mentre solo il 36% dei consumatori britannici ne tiene conto. Tuttavia, sia in Italia che nel Regno Unito, c'è una crescente attenzione verso i marchi biologici e la sostenibilità ambientale. **L'80% dei consumatori italiani e il 60% dei consumatori britannici desiderano ricevere maggiori informazioni sulle certificazioni.**

Il rapporto ha anche evidenziato che molti consumatori britannici non hanno ancora provato vini italiani perché non sono in grado di riconoscerli o non ne conoscono le peculiarità. Tuttavia, **dopo il prezzo, la presenza di certificazioni risulta essere un fattore chiave per attirare l'attenzione di nuovi consumatori inglesi.**

Il sondaggio condotto da Nomisma sottolinea l'importanza delle certificazioni per coinvolgere nuovi consumatori e stimolarli ad acquistare vini italiani. Le certificazioni non solo garantiscono la qualità e la sicurezza del prodotto, ma sono anche **strumenti fondamentali per fornire informazioni trasparenti ai consumatori.** In un mercato del vino sempre più competitivo, l'Italia deve valorizzare e comunicare al meglio le proprie eccellenze enologiche, puntando sulla qualità e sulle certificazioni per conquistare nuovi mercati e soddisfare le esigenze dei consumatori attenti.