

Vino, indagine Nomisma Wine Monitor: Amarone e ristorazione binomio inscindibile

scritto da Redazione Wine Meridian | 4 Febbraio 2023



Amarone fa rima con ristorazione anche sul fronte del mercato. Oltre la metà del fatturato complessivo del re della Valpolicella (circa 350 milioni di euro) arriva infatti dall'horeca, un partner del vino che lo scorso anno grazie a turismo e riaperture ha rappresentato una spinta decisiva per il prodotto enologico, a fronte di un calo delle vendite nella grande distribuzione. Sulla piazza interna – secondo l'indagine realizzata da Nomisma Wine Monitor per il Consorzio tutela vini Valpolicella e diffusa oggi in apertura di Amarone Opera Prima – **il fatturato della ristorazione nei primi 9 mesi del 2022 ha registrato una crescita tendenziale del 47%, a**

tutto vantaggio degli ordini di vino.

L'indagine sul posizionamento dei vini della Valpolicella presso il consumatore italiano, realizzata da Wine Monitor su un campione di 1000 consumatori, **inquadra tutta la centralità del canale horeca tra gli enoappassionati**, con il 54% degli italiani che negli ultimi 2/3 anni ha consumato i prodotti della denominazione veronese, e il 43% lo ha fatto anche nei ristoranti; tra questi, il 26% si dichiara consumatore abituale (2-3 volte a settimana). È invece del 29% la quota di italiani – in prevalenza maschi, millennial, dirigenti/imprenditori – che ha bevuto Amarone fuori casa con una spesa media dichiarata di circa 40 euro, un prezzo che per 7 su 10 è ritenuto corretto. **Un rapporto, quello tra clienti e Amarone, considerato “privilegiato” nel 51% dei casi e da consumarsi in particolare nelle occasioni speciali o formali (28%).**

Per il presidente del Consorzio tutela vini Valpolicella, **Christian Marchesini: “Il sistema Valpolicella, Amarone in primis, non può prescindere dalla ristorazione, che era e rimane il canale privilegiato dei nostri vini.** Per questo, dopo anni di forti limitazioni siamo contenti di essere tornati a lavorare a pieno regime con chi ha contribuito in maniera determinante alla crescita del nostro territorio”.

Nel complesso, **i vini della Valpolicella riscuotono una valutazione a cavallo tra ottima e buona nel 76% delle risposte**, grazie anche alla versatilità dell'offerta in rapporto alla cucina e alle occasioni di consumo; sostanzialmente positivo anche il rapporto qualità prezzo, ritenuto insufficiente solo dal 5% del campione. Infine, per il 41% dei rispondenti l'offerta della denominazione negli ultimi anni è migliorata (invariata per il 42%) tanto da divenire oggetto di raccomandazione presso amici e parenti in 8 casi su 10. Per il 2023 prevale la voglia di sperimentare aziende meno note, con i fattori di scelta legati anche ai prodotti biologici e sostenibili, oltre al brand aziendale.

Sono 64 le aziende partecipanti ad Amarone Opera Prima (fino a domani, 5 febbraio), l'evento di punta della denominazione del Consorzio vini Valpolicella dedicato all'annata 2018 del grande Rosso Veronese.

www.amaroneoperaprima.it