



VINI D'ABRUZZO: AUMENTANO PREZZO MEDIO E VALORE DELL'EXPORT, EXPLOIT IN FRANCIA

21 Dicembre 2022 

ORTONA - L'export dei vini abruzzesi va verso un nuovo record in valore mettendo a segno un +10% rispetto al 2021. È quanto emerge dall'analisi dei primi nove mesi del 2022 dell'Osservatorio Permanente Wine Monitor Nomisma, attivato nel 2019 dal Consorzio Tutela Vini d'Abruzzo per rilevare in modo puntuale i trend dei vini regionali sui principali mercati e attuare una strategia di promozione e comunicazione sempre più efficace.

“I primi cinque mercati di destinazione, dove si concentra il 60% di tutto l'esportato, sono per ordine di importanza Germania (+12% il valore delle vendite rispetto al 2021), Stati Uniti, Canada, Svizzera e Regno Unito. Interessante l'exploit di un mercato come quello francese, che mette a segno un +57%, o dell'Austria con il +53%. In Asia ottime performance per la Corea del Sud che cresce del 25% e per il Giappone con il +19%, a dimostrazione di un apprezzamento che si evolve parallelamente alla conoscenza di questa regione vinicola. In lieve arretramento la Cina, dove ancora permane l'emergenza coronavirus con un rallentamento economico che condiziona l'import di vino in generale”, sottolinea **Alessandro Nicodemi**, presidente del Consorzio Tutela Vini d'Abruzzo facendo il consuntivo di un anno che ha presentato molte criticità per i produttori e che ha visto il mondo passare dall'emergenza sanitaria alla crisi dell'invasione russa dell'Ucraina.

In Italia il ritorno alla normale socialità, con la ripresa dei consumi fuori casa, ha fatto registrare uno switch tra le vendite nella distribuzione organizzata, cresciute nel 2020 e 2021, e il consumo diretto in ristoranti, bar, locali notturni, enoteche.

Nonostante il riposizionamento dei canali di vendita, anche nella gdo si registra un incremento del prezzo medio dei vini abruzzesi. Per il Montepulciano d'Abruzzo le vendite in bottiglia (da 0,75 l), che rappresentano due terzi delle vendite in valore e il 40% in volume, sono infatti cresciute del 2,6% a valore e del 2,4% a volume, con un aumento del prezzo medio del 7,8%.

Buono anche l'andamento per il Pecorino d'Abruzzo, sempre più apprezzato nella gdo, che nei primi 9 mesi del 2022 è cresciuto del 4,6% in valore e del 3,9% in volume (sempre per le bottiglie da 0,75 l), con un leggero incremento del prezzo medio (+0,7%). Interessante l'aumento per le fasce di prezzo più alte, anche se con un peso percentuale in volume ancora ridotto: nella fascia 6-6,99 euro l'incremento è stato dell'84% (per un peso totale del 3,5% sul totale della denominazione) e del 9% nella fascia oltre 7 euro. Anche il Cerasuolo d'Abruzzo



registra un aumento del valore nella gdo, seppure più contenuto e pari all'1,6%.

“Passando a fare un breve bilancio dell'attività promozionale realizzata dal Consorzio in moltissimi Paesi esteri, possiamo dire che è stata intensa e proficua. Ci siamo mossi – in Asia, Stati Uniti, Canada e ovviamente in Italia e in Europa – sia verso gli operatori di settore sia verso il consumatore finale, i wine lovers per intenderci” spiega Nicodemi.

Le linee di azione dell'ampia attività programmatica portata avanti dal Consorzio sono state infatti due: la prima B2B, con walk around tasting, masterclass, attività di formazione, wine dinner e incoming di stampa e operatori; la seconda orientata al B2C, con restaurant week, in-store promotion ed eventi in tutto il mondo. Il Vini d'Abruzzo on tour, per esempio, ha messo in scena oltre 50 masterclass guidate e 30 diversi eventi in varie città, tra cui New York, San Francisco, Toronto, Seul, Singapore, Tokyo, Osaka e Ho Chi Minh.

“Il 2022 ha visto finalmente il ritorno delle grandi fiere Vinitaly e Prowein, dove l'annuncio del 'Modello Abruzzo', che riordinerà e semplificherà il sistema delle nostre denominazioni dando una più forte identità regionale ai vini e valorizzandone le specificità territoriali, è stato molto apprezzato. Ci prepariamo quindi, dalla vendemmia 2023, ad andare incontro al consumatore con un'offerta più chiara e specifica con l'intento di far crescere ulteriormente i nostri vini sui mercati”, conclude Nicodemi.