Data 15-02-2018

Pagina 7
Foglio 1

VINO. L'export cresce del 12% e sale il consumo nazionale: 1,5 miliardi

## L'Italia primo produttore al mondo di spumanti

**ROMA** 

L'Italia strappa ai tedeschi il primato di produzione mondiale di spumante, detenuto per due decenni. «La produzione made in Italy cresce ancora grazie al "Sistema Prosecco" e sfiora il tetto di 660 milioni di bottiglie», spiega l'Ovse, l'Osservatorio economico vini effervescenti spumanti italiani.

Il valore al consumo del comparto nazionale, stima il presidente Ovse Giampietro Comolli, «è di 1,32 miliardi di euro, cui aggiungere 200 milioni euro dall'importazione, per un giro d'affari totale di 1,5 miliardi di euro». All'estero, sottolinea la Coldiretti, «i consumatori più appassionati sono gli inglesi, primo mercato mondiale di sbocco dello spumante italiano, con il valore delle bottiglie esportate che fa registrare un aumento del 12%, di gran lunga davanti agli Stati Uniti, che crescono comun-

que del 15% mentre in posizione più defilata si trova la Germania (+8%)».

Un momento d'oro per le «bollicine» italiane, che vede buone performance nelle vendite anche sul fronte interno, con gli italiani che tornano a brindare con produzioni nazionali. In Italia, sottolinea Comolli, «nel 2017 cresce ancora il consumo interno rispetto al 2016 dell'1,4% in volume e dello 0,5% in valore, in controtendenza fra i Paesi europei produttori. A consun-

tivo si sfiorano i 180 milioni di tappi made in Italy stappati da Nord a Sud, cui vanno aggiunte 6 milioni di bottiglie di importazione». Sui 180 milioni di bottiglie, il metodo tradizionale italiano (Franciacorta, Trento, Alta Langa, Alto Ádige, Oltrepo, Lambrusco e tutti quelli regionali) supera i 24,8 milioni di bottiglie, mentre delle 156 milioni di bottiglie di metodo italiano, 132 milioni sono «griffate» Prosecco, oltre 8 milioni Asti, e altri spumanti. A tirare la volata dei consumi «le nuove etichette e nuove cantine, soprattutto al Sud». Nei canali distributivi, «il 51% degli acquisti e il 58% dei volumi è nella grande distribuzione, cresce l'acquisto in Horeca, pari al 21%». •



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.