

Vini abruzzesi cresciuti anche nel 2020: +8% in gdo

Recentemente lodata anche dal New York Times, la DOC Montepulciano d'Abruzzo cresce anche nei volumi di vendita. Regge la Germania, principale mercato d'esportazione

di Simone Pazzano

27 Gennaio 2021



Il **Consorzio Tutela Vini d'Abruzzo** guarda al 2021 con ottimismo dopo i segnali positivi arrivati dai dati 2020. Dall'**Osservatorio Permanente** a cura di **Wine Monitor Nomisma** è risultato infatti che i vini abruzzesi nell'anno appena trascorso sono stati protagonisti assoluti nella grande distribuzione. Il **Montepulciano d'Abruzzo**, in questa analisi delle vendite (valori e volumi nel canale Gdo) e dei prezzi rispetto ai principali competitor, in Italia

ne esce bene con un **+8% delle vendite a valore rispetto al 2019, una crescita del prezzo medio superiore al 4% e un +3,8% nelle vendite a volumi.**

"La crescita in termini di volumi e quella rispetto ai valori, che è addirittura maggiore delle altre principali Denominazioni nostre competitor, sono un riscontro più che positivo in un'annata tutta in salita. Grazie alla penetrazione e all'appeal del Montepulciano d'Abruzzo nella grande distribuzione si è in parte compensato alla grave perdita provocata dalla chiusura per troppi mesi del canale Horeca", spiega **Valentino Di Campi, presidente del consorzio.**

Incoraggianti anche i numeri che arrivano dall'estero. In **Germania, principale mercato di esportazione dei vini abruzzesi**, nonostante la diminuzione del consumo del vino italiano, la ricerca mette in luce per il Montepulciano d'Abruzzo una **stabilità nella quota di mercato in termini di volumi e la crescita del prezzo medio (+4%)** anche su questo mercato.

Dall'analisi dei **dati del contrassegno di Stato** - introdotto a dicembre 2018 quale simbolo di garanzia per produttore e consumatore - e messi in luce dallo stesso Osservatorio si evince che nel 2020 il **Montepulciano d'Abruzzo** ha chiuso con un **+1%, con circa 804mila ettolitri imbottigliati**. Nel primo trimestre dell'anno i vini abruzzesi avevano registrato un **+10%** e, nonostante l'emergenza sanitaria, la denominazione è riuscita a concludere l'anno mantenendo il segno positivo.

"Questi dati confermano che il Consorzio deve proseguire nella direzione intrapresa, continuando a investire sulle attività di comunicazione, da una parte, e mettendo in campo iniziative volte alla gestione delle produzioni, dall'altra", spiega **Di Campi** analizzando anche il discorso prezzi, "se il prezzo medio a scaffale è cresciuto, non è aumentata la redditività dei nostri agricoltori, occorre dunque intervenire per fare in modo che i viticoltori abruzzesi possano ottenere un maggiore ritorno dal proprio lavoro."

"È stato un anno da dimenticare, sotto tanti punti di vista, - prosegue il presidente del Consorzio - e molte aziende di dimensioni medio piccole che lavorano solo con il canale Horeca stanno tutt'ora pagando un caro prezzo, per questo stiamo cercando di supportarle con iniziative che spingano anche su canali alternativi come l'e-commerce e stiamo lavorando per mantenere alta l'attenzione degli stakeholder nazionali e internazionali sui vini d'Abruzzo, d'altro canto stiamo insistendo sul dialogo anche con le istituzioni a fronte di misure che sappiano davvero tutelare tutte le realtà che compongono il settore vitivinicolo regionale, essenziale per l'intero comparto economico".

Un settore gratificato in questo inizio di 2021 dalle parole pubblicate dal **New York Times**, che ha definito il Montepulciano d'Abruzzo il **perfetto esempio del buon vino semplice, da ogni giorno**.