

Vini d'Abruzzo protagonisti in GDO nel 2020. Il più richiesto è il Montepulciano d'Abruzzo

Consorzio tutela Vini d'Abruzzo: nel mercato domestico la DOP Montepulciano d'Abruzzo, tra i principali competitor, è quella che registra – in termini di valore – una crescita maggiore con un + 8% rispetto allo scorso anno. Bene anche i volumi di vendite con un +3,8%. Il prezzo medio vede un +4% in entrambi i mercati: il percorso di crescita, sostenuto dal Consorzio, si conferma nella giusta direzione.

By Redazione 2 - 27 Gennaio 2021

Vini d'Abruzzo

PROTAGONISTI IN GDO
NEL 2020



Il **Consorzio Tutela Vini d'Abruzzo** inaugura il 2021 con un segnale positivo. Dall'**Osservatorio Permanente** a cura di Wine Monitor Nomisma, voluto dal Consorzio nel 2019 per adeguare al meglio le strategie d'azione sui vari mercati, si evince **che i vini abruzzesi sono stati protagonisti assoluti nella grande distribuzione in questo particolare 2020.**

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 Campli, presidente del Consorzio.**

In **Germania**, principale mercato di esportazione dei vini abruzzesi, nonostante la diminuzione del consumo di 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 (+4%) del prezzo medio, anche su questo mercato, ribadendone le grandi potenzialità.



Dall'analisi dei dati del **contrassegno di stato**, introdotto a dicembre 2018 quale importante simbolo di garanzia per produttore e consumatore che accresce la credibilità dei prodotti oltre all'affidabilità di tutta la filiera, e messo in luce dallo stesso Osservatorio si evince che nel **2020 il Montepulciano d'Abruzzo chiude con un +1%**, con **circa 804.000 hl imbottigliati** e si conferma Denominazione strategica.

Nel primo trimestre di quest'anno i vini abruzzesi avevano registrato un +10% e, nonostante l'emergenza sanitaria e le conseguenze economiche disastrose, grazie alla forza del Montepulciano d'Abruzzo si è arrivati a fine anno addirittura con un segno positivo.

*"Questi dati ci confermano che il Consorzio deve proseguire nella direzione intrapresa; è sempre più decisivo continuare ad investire sulle attività di promozione, da una parte, e a mettere in campo iniziative volte alla gestione delle produzioni, dall'altra", spiega **Di Campli** 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. E' stato un anno da dimenticare, sotto tanti punti di vista, 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", sottolinea inevitabilmente il protrarsi della criticità **Di Campli**, oltre a raccontare le evidenti buone performance dei vini abruzzesi nella GDO.*

"Abbiamo attivato quest'Osservatorio per analizzare al meglio i risultati raggiunti dai nostri vini sui mercati più strategici – in questo caso si parla di Italia e Germania – andando a mettere in luce le leve su cui insistere per migliorare il posizionamento degli stessi vini e, nel contempo, per accrescere la notorietà di tutto il territorio da cui derivano e di cui si possono fare portavoce in tutto il mondo", spiega il presidente enfatizzando il grande potenziale di crescita dell'Abruzzo come regione estremamente vocata alla viticoltura e portando l'attenzione sull'ottimo rendimento della Denominazione per eccellenza di questo territorio in un canale come la GDO dove la competizione è molto alta.