



## Pinot Grigio Doc delle Venezie: “Serve premiumizzazione”

by Francesco Ciampini — 8 Aprile 2024

Nonostante la scorsa vendemmia in tutta Italia si sia dimostrata, in termini quantitativi, la più scarsa dal secondo dopoguerra, con un totale di 38 milioni di ettolitri prodotti (-23,2%), la **Doc Delle Venezie** ha mantenuto un andamento in controtendenza rispetto ad altre denominazioni, registrando una leggera ma costante crescita. Nel 2023, infatti, il Pinot Grigio Doc delle Venezie, che rappresenta il 99% dell'intera Doc per quantità, ha chiuso la vendemmia con quasi cinque milioni di bottiglie in più rispetto all'anno precedente, per un totale di oltre 1,6 milioni di ettolitri imbottigliati.

Numeri importanti se consideriamo che si tratta dell'85% del Pinot grigio italiano e del 43% di quello globale, contando circa 25mila ettari destinati, 240 milioni di bottiglie/anno e una filiera produttiva che coinvolge 6.141 viticoltori, 575 imprese di vinificazione e 371 imprese di imbottigliamento.

Con questi volumi, la Doc delle Venezie, che abbraccia le regioni Veneto e Friuli Venezia Giulia e la Provincia autonoma di Trento, si colloca attualmente al secondo posto del podio dopo la Doc Prosecco, con un 9,2% del volume totale delle prime 20 denominazioni di origine italiane.

CLICCA QUI PER VEDERE GLI  
ATTI E I VIDEO DEL  
2° WINE&FOOD SUMMIT  
del 14 settembre 2022

SCOPRI **le**QUOTABILI2023



PAMBIANCO AWARD  
“leQUOTABILI23”  
SCOPRI I VINCITORI  
LE ANALISI E  
LE CLASSIFICHE  
DELLA 18ª EDIZIONE  
SFOGLIA QUI

Numeri, questi, che trovano sfogo soprattutto all'estero. Secondo un'indagine **Ismea**, infatti, il 94% delle aziende considerate dichiara di condurre export, con il 24% di esse che vende oltre il 90% della propria produzione fuori dai confini nazionali (la percentuale aumenta al 51% considerando le aziende che esportano oltre il 70% della propria produzione).

Il Nord America, e gli Stati Uniti in particolare, rappresenta la principale destinazione per il 58% delle aziende, seguito dall'Europa (52%) con Regno Unito e Germania (entrambe al 39%) in primis, a cui si aggiunge l'Est Europa (24 per cento). In Asia, i Paesi più gettonati sono Cina e Giappone (9% ciascuno).

I canali distributivi prediletti sono l'Horeca e i grossisti (48%), seguiti dalla Gdo (42%), che ha visto un aumento delle vendite rispetto all'anno precedente. I negozi specializzati e il canale online rappresentano rispettivamente il 27% e il 15 per cento.

In termini di fatturato, il 2023 sembra essere stato un anno fortunato con il 55% di aziende considerate nel campione che dichiara di aver registrato un aumento rispetto al 2022.

Per un futuro florido della denominazione **Massimo Romani**, AD di **Argea**, ha dichiarato, nell'ambito della tavola rotonda organizzata dal **Consorzio Tutela Vini Doc delle Venezie** in collaborazione **Ismea**, che l'obiettivo da raggiungere sta nella "premiumizzazione del prodotto, associandolo ai grandi marchi trainanti che aiutino a renderlo un vero e proprio simbolo di eccellenza sul mercato" e nel consolidamento dei mercati forti come nord America, Gran Bretagna ed Europa Continentale. Un punto di vista condiviso da **Enrico Zanoni**, direttore generale di **Cavit**: "non possiamo sottovalutare l'importanza del valore di marca nella promozione del prodotto, tenendo conto che il valore della denominazione deve crescere parallelamente a quello dei grandi brand".



Send



Share



Send