

Franciacorta oltrepassa la frontiera dei 20 milioni di bottiglie vendute

written by Marco Salvaterra | 3 febbraio 2022

Il 2022 si apre con ottime premesse e la speranza di ripartire con gli eventi in presenza.



Il nuovo anno inizia al meglio per Franciacorta, che ha concluso il 2021 in assoluta crescita e con un **record di vendite** che supera i **20 milioni di bottiglie**.

Nonostante l'incertezza dei primi mesi, vissuti ancora in condizioni di forte restrizione e di impedimento del canale HoReCa, a partire dal mese di marzo 2021 si è aperto un quadrimestre estremamente positivo. Se confrontato con il periodo corrispondente del 2020, in cui si ebbe una forte contrazione dovuta alle chiusure totali e al dilagare della pandemia, il 2021 ha infatti presentato tassi di crescita decisamente importanti, con un picco tra aprile e maggio di addirittura il 200%.

Seppur con un incremento non così dirimpente, anche le vendite del secondo semestre sono risultate ben superiori rispetto a quelle dell'anno precedente, portando ad una chiusura del 2021 con una crescita in volumi, nell'insieme, pari al 28,3%.

Evidentemente, i tassi di crescita rilevati rispetto al solo anno 2020 forniscono una visione parziale dell'andamento di mercato, considerando le peculiarità dell'anno trascorso. Tuttavia, anche le analisi sulle variazioni rispetto all'anno 2019, in cui non erano presenti fattori esogeni ad influenzare le vendite, riportano una sostanziale crescita, con un tasso positivo del 15,5%.

L'export, assestato al 10,3%, a livello di singole nazioni vede la Svizzera confermare il proprio primato, rappresentando il 22,2% dell'export totale (+22,1% sul 2020 e +28,5% sul 2019). Seguono gli Stati Uniti che rappresentano il 12,4% del totale export (+71,7% sul 2020 e +8,4% sul 2019), il Giappone (11,9% del totale export), la Germania (8,3% del totale export) e il Belgio (5,4% del totale export).

"Dopo un 2020 in cui abbiamo visto una riduzione significativa dei consumi fuori casa e cercato di a contenerne l'impatto, nel 2021 siamo riusciti a realizzare risultati molto positivi soprattutto a partire dalla primavera, nonostante in diversi mercati le restrizioni fossero ancora presenti e le notizie non fossero sempre rassicuranti" commenta il Presidente del Consorzio Franciacorta, Silvano Brescianini. "La capacità di contenere gli effetti negativi e sfruttare in maniera completa i periodi positivi ci rassicurano sulla qualità e la forza della nostra denominazione, anche per il futuro".

Durante l'anno passato le attività di tutela e promozione in Italia e nei principali mercati target esteri non si sono mai interrotte compatibilmente con la situazione contingente, ed è grande la speranza in questo 2022 di poter riprendere con costanza anche le attività in presenza. I progetti e le novità messe in cantiere sono davvero molti, insieme al consolidamento di collaborazioni importanti, come quella con **Michelin**, che sarà protagonista. Franciacorta è stata infatti eletta lo scorso anno "destination partner" della prestigiosa Guida, che qui presenterà per tre anni consecutivi le sue stelle ed i protagonisti dell'eccellenza culinaria italiana. Non mancheranno nell'ambito di questa collaborazione anche progetti, dedicati alla formazione e al coinvolgimento di chef e sommelier professionisti, veri ambasciatori delle peculiarità enogastronomiche italiane.

Sono confermate anche per il 2022 le principali partnership che vedono da diversi anni Franciacorta quale *Official Sparkling Wine* di appuntamenti prestigiosi come le fashion week milanesi di **Camera Nazionale della Moda**, la celeberrima corsa delle **1000Miglia**, evento simbolo della tradizione e della competitività italiana e bresciana che quest'anno transiterà sul territorio e l'accattivante appuntamento di **Versilia Gourmet**.

Con la ripresa degli eventi in presenza tanto auspicati ripartiranno anche i **Festival Itineranti Franciacorta** che quest'anno faranno tappa nelle città di Palermo, Milano e Roma. Sul territorio ci sarà poi l'atteso **Festival in Cantina** di settembre, evento che da anni raccoglie numerosi turisti provenienti da tutta Italia e dall'estero. Il format sarà nuovamente strutturato su due weekend (10-11, 17-18 settembre) in modo da consentire alle cantine di accogliere i tanti visitatori e wine lovers e di godere dell'esperienza Franciacorta in completa sicurezza. Non mancherà infine ad ottobre l'appuntamento con le masterclass Franciacorta alla **Milano Wine Week**, che anche quest'anno proporrà un programma ricco di eventi formativi e d'intrattenimento dedicati al mondo del vino.

Un ruolo molto importante sarà ricoperto dalla **ricerca e sperimentazione**, temi da sempre molto cari a Franciacorta insieme alla sostenibilità. In quest'ambito saranno portati avanti i numerosi studi esistenti in collaborazione con le Università e le sperimentazioni condotte sul territorio che continuano a fornire validi risultati dal punto di vista applicativo. Il Consorzio Franciacorta ritiene estremamente importante continuare ad investire le proprie risorse in questo tipo di progetti e, ancor di più, a sviluppare una strategia orientata alla traduzione degli esiti della ricerca accademica in azioni concrete e prassi utili ai viticoltori nell'attività quotidiana di salvaguardia e cura delle proprie vigne e della biodiversità.

Tutti gli eventi e le iniziative saranno accompagnati da una importante attività di comunicazione e di promozione del prodotto e del territorio attraverso il sempre più importante canale digitale e dei social network. Continueranno quindi i piani di influencer marketing e le rubriche editoriali per i diversi canali di comunicazione presidiati da

Franciacorta che nel corso del 2021 hanno dato risultati sorprendenti e acceso i riflettori sul territorio, oggi una delle mete più ambite per un weekend fuori porta all'insegna del buon vino, del buon cibo e del relax.