

Venerdì 26 Gennaio 2024

Il bilancio

Il Franciacorta brinda al 2023 nel segno delle soddisfazioni

CLAUDIO ANDRIZZI

Il Franciacorta brinda a un 2023 ricco di soddisfazioni: il consuntivo dell'annata da poco conclusa evidenzia quotazioni in aumento, export in lenta ma costante crescita, e un fatturato positivo nonostante la ridotta disponibilità di prodotto segnalata da tutte le cantine, dovuta alla scarsa resa delle vendemmie targate 2019 e 2020. L'andamento l'anno si è chiuso con 19,5 milioni di bottiglie vendute (nel 2022 era stato superato il tetto dei 20 milioni), ma i prezzi medi allo scaffale sono saliti del 6,4%, arrivando a quota 24,4 euro contro i 22,9 euro del precedente esercizio. Si è quindi registrata una flessione in volume, pari al 3,4%, alla quale però si contrappone un incremento a valore del 2,8%, per un totale che risulta superiore del 26,5% guardando al 2019, ovvero all'ultimo bilancio del periodo pre-pandemico. Buone notizie anche per le spedizioni all'estero, che grazie a un tasso di variazione dell'1,5% arrivano ora a rappresentare il 12,1% del business totale (era l'11,5% nel '22). Un ulteriore segnale di apprezzamento da parte dei mercati esteri: resta ancora molto lavoro da fare, ma la strada intrapresa per promuovere adeguatamente la conoscenza e il consumo delle bollicine del comprensorio è indubbiamente quella giusta. «Nel 2023 abbiamo intensificato le attività di valorizzazione - conferma il presidente del Consorzio di tutela, Silvano Brescianini -. Abbiamo organizzato eventi, manifestazioni, degustazioni di alto livello a Zurigo, Lugano, Vienna, Bruxelles, Monaco, Amburgo, Copenaghen, Londra, New York, Los Angeles, Chicago, Miami, Tokyo, Hangzhou, Shenzhen, ma anche sulle piazze italiane di Milano, Torino, Roma, Napoli, Palermo, Catania, Lecce, Como, Perugia, Forte dei Marmi, Cernobbio, Merano. Un lungo palinsesto che ha trovato degno coronamento nella celebrazione delle stelle Michelin 2024 al Teatro Grande di Brescia». Nella classifica dei Paesi acquirenti la Svizzera si conferma saldamente al primo posto, seguita da Giappone, Germania, Stati Uniti e Belgio. Anche in questo caso il confronto con il periodo pre-pandemia lascia intravedere performance a loro modo sorprendenti: rispetto al 2019 il mercato elvetico è salito del 41,3%, quello belga del 23,3% e quello Usa del 17,4%. In calo, invece, i numeri dell'Italia, che comunque rappresenta sempre l'87,9 del venduto totale: una flessione del 4,1% che arriva dopo il -2% del 2022 (le vendite interne valevano l'88,5 per cento). Per quanto concerne invece le tipologie, Satèn e Rosè si assestano rispettivamente al 12 e 10,1%: il 77,7% è rappresentato da tutte le altre sfumature di Franciacorta. «Possiamo dirci davvero soddisfatti dell'annata 2023 - commenta il presidente -. In primis per la splendida vendemmia, ma anche commercialmente abbiamo tenuto incrementando i prezzi, con un piccolo calo fisiologico dovuto sostanzialmente alla carenza di prodotto. Purtroppo noi vendiamo vini che hanno sulle spalle 3, 5 in alcuni casi anche dieci anni di affinamento. Normale che i millesimi non particolarmente generosi o difficoltosi per motivi sempre legati all'imprevisto climatico, come in questo caso il 2019 e il 2020, ci portano necessariamente ad affrontare la domanda con quantità ridotte». Ma a creare particolare soddisfazione è il miglioramento costante del posizionamento, che riflette anche una nuova mentalità e una più approfondita conoscenza da parte dei consumatori. «Molto positivo è il confronto dei realzi all'estero - conclude il presidente Silvano Brescianini -. In particolar modo il +17% messo a segno negli Stati Uniti rispetto al 2019 è un dato che lascia indubbiamente ben sperare ed apre prospettive interessanti per il futuro della denominazione».



(<https://deploy-dshare.athesiseditrice.it/BSO/20240126/>)

Al vertice Silvano Brescianini è il presidente del Consorzio Franciacorta



(<https://deploy-dshare.athesiseditrice.it/BSO/20240126/>)

Protagonista Il Franciacorta riscuote consenso sui mercati