

DAI TERRITORI

CHIANTI DOCG. Un 2023 col segno meno ma il nuovo anno è partito con un +21% a gennaio

Un 2023 difficile per il Consorzio del Vino Chianti ma un 2024 che inizia con il segno più. La fotografia, in sintesi, della Dop toscana è stata presentata durante l'evento **Chianti Lovers & Rosso Morellino**, tenuto lo scorso 18 febbraio a Firenze, nell'ambito delle **Anteprime di Toscana**. "Il nostro settore sta subendo i contraccolpi dell'inflazione, dei tassi alti di interesse, del costo delle bollette", ha dichiarato il presidente Giovanni Busi.

Il 2023 si è chiuso, infatti, con una ulteriore riduzione generale delle vendite, dopo che il 2022 aveva fatto registrare un quantitativo imbottigliato pari a 82 milioni di pezzi da 0,75 litri. Il calo nel canale principale della grande distribuzione organizzata, che pesa per il 70% circa del giro d'affari del Chianti Docg (3.500 soci del Consorzio su 15mila et-

tari vitati), spiega il momento complicato. Se, invece, si fa un confronto tra 2023 e 2019, la Docg ha venduto in Gdo tre milioni di bottiglie in più.

Il 2024 si è aperto con un trend positivo. Il direttore Alessandro Bani ha evidenziato l'aumento del volume delle vendite del vino di Chianti, secondo i primi dati disponibili. **Il mese di gennaio, infatti, ha registrato una crescita del 21% di vendite rispetto a gennaio 2023.** "Siamo partiti col piede giusto, l'importante è mantenere il ritmo e la tendenza. E soprattutto" ha sottolineato "c'è un aumento dei prezzi medi di vendita del 5-6% e questo è di aiuto alle aziende, che stanno affrontando un periodo non semplice, anche per i contraccolpi sui mercati esteri delle crisi internazionali".

Il presidente Busi, guardando alle prospettive per l'anno in corso, si è concen-



trato sui nuovi mercati. "Come un po' tutti i vini italiani, oggi siamo poco presenti in Sudamerica, ma in quell'area ci sono le potenzialità per un incredibile sviluppo, perché la denominazione del Chianti è molto apprezzata. Per quanto riguarda l'Asia, la Cina sarà un Paese a cui dobbiamo guardare con grande attenzione, così come al Vietnam. I mercati esteri (che contano per il 65% sul giro d'affari; ndr) sono importanti quanto quello italiano" ha concluso Busi "ed è necessario fare maggiori investimenti, maggiore promozione, maggiore pubblicità".

