IL PUNTO COLDIRETTI
GIORNALE DI INFORMAZIONE PER LE IMPRESE DEL SISTEMA AGROALIMENTARE
[www.ilpuntocoldiretti.it]

Il Prosecco in Usa è diventato simbolo del mixed-wine

Il Prosecco vale ormai il 31% dei consumi a valore di tutti i vini italiani commercializzati negli Usa, con un indice di penetrazione altissimo in tutte le fasce di età, a partire dai millennials (27%) e dal target femminile (6 user su 10 sono donne), secondo il focus dell'Osservatorio Uiv-Vinitaly rilasciato in occasione di Vinitaly.USA (Chicago 5 e 6 ottobre), la fiera b2b dedicata al vino made in Italy.

Il Prosecco (Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg, Asolo Docg e Prosecco Doc) è diventato il simbolo dei mixed-wine made in Italy con un balzo del 178% nelle vendite solo negli ultimi 7 anni, il quadruplo rispetto al tasso di incremento complessivo dei vini made in Italy negli States. Secondo l'analisi, la quota del mercato statunitense è per il Prosecco superiore alla media del vino italiano (27% contro 24%) per un controvalore che nel 2024 ha raggiunto i 531 milioni di dollari. Record assoluto, che si rinnova di anno in anno fatta eccezione per la lieve pausa 2020, prima di una ripartenza – nei 4 anni successivi – che ha cumulato un ulteriore balzo a +90%. Da segnalare nei primi 7 mesi di quest'anno, il sorpasso sulle bollicine francesi con lo sparkling italiano che ha fissato la propria quota di mercato sul totale della tipologia al 30%, contro il 28% dello Champagne. Il Prosecco è passato in testa non solo nei volumi ma anche nel valore al consumo delle bollicine negli States.