

**SPUMANTI I DATI DELL'OSSERVATORIO ISMEA-UIV**

# L'incremento dei prezzi in regione non ha «spento» la voglia di bollicine

**MASSIMO BRANCATI**

● Le bollicine, si sa, non mancano mai sulle tavole a Capodanno e non sarà certo l'aumento dei prezzi per alimentare e beverage a spegnere la voglia di spumante. L'Osservatorio Ismea-Uiv segnala come gli italiani non siano disposti a modificare la propria abitudine di brindare con lo spumante anche se, indotti dal caro vita, cambieranno la tipologia di prodotto. Secondo elaborazioni su dati Nielsen, Ismea e Uiv registrano l'incremento degli acquisti di spumanti più economici come metodo charmat anche varietali e di annata (+7,5%) rispetto a denominazioni «bandiera» italiane come Prosecco e Asti Spumante o ai metodo classico che chiudono invece la stagione con una contrazione del 3% (727 milioni di pezzi). In discesa dell'8% le vendite di champagne e comunque spumanti esteri.

E allora da chi lasciarsi guidare nella scelta della bottiglia da stappare alla mezzanotte del 31 dicembre se non da Alvaro De Anna organizzatore di «Vini da Terre Estreme» a Matera a fine ottobre. La sua filosofia - «Non tutti i vini possono essere eroici. Vale nella vita, vale per i vini. Sono pochi i vini che possono definirsi eroici, pochi e di produzione limitata» - naturalmente vale anche per gli spumanti. Lo spumante in Basilicata viene prodotto principalmente sulle terre del Vulture, che ogni anno produce l'aglia-nico. Da noi la produzione di bollicine - anche «rosa» oltre che del più tradizionale «rosso-aglianico» - fa affidamento al «Metodo Classico», in cui è prevista una seconda fermentazione in bottiglia. «In un momento in cui i winelover vanno sempre più alla ricerca di bollicine autentiche ed espressione del territorio di origine, con un mercato in ascesa - sostiene De Anna - l'unicità delle bollicine lucane è una buona scelta. Quello degli spumanti resta un driver mondiale in termini di caratteristiche di piacevolezza e semplicità nel settore dei vini, accessibile a differenti prezzi - spiega - Come aperitivo è conosciuto e apprezzato, oltre che richiesto, in tutto il mondo, e le previsioni di crescita sono in continuo aumento. Il nostro Paese non ha una tradizione storica sugli spumanti, come lo champagne, che ancora oggi è il prodotto più diffuso nel mondo, ma anche l'Italia fa volumi importanti, con la vendita di milioni di bottiglie. Il dominio nel mercato mondiale resta, comunque, quello francese, che predomina nel segmento alto». Confermata la tendenza dei consumatori alla scelta di un prodotto più accessibile in termini di prezzo.