

# La prima vendemmia sulle colline riconosciute dall'Unesco festeggia l'aumento del 50% delle vendite



La prima vendemmia sulle colline riconosciute dall'**Unesco** festeggia l'aumento del 50% delle vendite in Francia che spinge l'export del Prosecco al record storico di sempre sui mercati mondiali, per un valore complessivo di ben 458 milioni nel primo semestre del 2019. E' quanto emerge da una analisi della Coldiretti su dati Istat presentata in occasione del distacco del primo grappolo di uva Glera dell'anno per il Prosecco nella **Tenuta Astoria a Refrontolo (TV)**, dopo l'avvenuta iscrizione del sito veneto "Le colline del Prosecco di Conegliano e Valdobbiadene" nella Lista dei Patrimoni Mondiali dell'UNESCO.

Con un aumento del 17% delle esportazioni il **Prosecco** conquista nel 2019 il primato di vino italiano più consumato all'estero grazie all'alta qualità e capacità produttiva con le pregiate bollicine che – sottolinea la Coldiretti – sono protagoniste di un vero e proprio boom negli Usa. Gli Stati Uniti, con un aumento in valore del 41%, diventano il principale cliente davanti alla Gran Bretagna e alla Francia mentre al quarto posto si piazza la Germania dove l'aumento è più contenuto (+7%). Ma un incoraggiante aumento del 66% del

valore delle vendite si registra anche in Cina dove però la domanda è ancora molto contenuta per la tradizionale preferenza accordata nel gigante asiatico ai vini rossi.

Il gradimento dei cugini d'Oltralpe è significativo del successo conquistato anche nei confronti della concorrenza dello champagne. A pesare sul successo mondiale del Prosecco – spiega la **Coldiretti** – è però il proliferare nei diversi continenti di falsi di ogni tipo con le imitazioni diffuse in tutti i Paesi, dal Meer-secco al Kressecco, dal Semisecco e al Consecco, ma è stata smascherata la vendita anche del Whitesecco e del Crisecco.

Occorre tutelare le esportazioni di vino Made in Italy di fronte ai numerosi tentativi di banalizzazione delle produzioni nazionali”, ha affermato **il presidente della Coldiretti Ettore Prandini** nel sottolineare che “oltre alla perdita economica, è soprattutto grave il danno di immagine che mette a rischio ulteriori e nuove opportunità di penetrazione dei mercati”.