

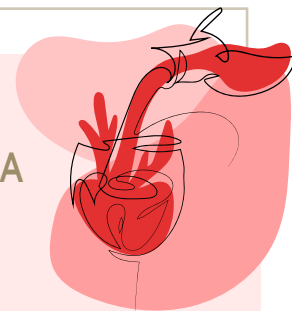


il proprio potere d'acquisto, orientandosi verso marchi con un posizionamento più basso per gli acquisti continuativi, riservando alle grandi celebrazioni di Natale e Pasqua i prodotti di fascia premium».

VERSO UN CONSUMO PIÙ QUOTIDIANO DELLE BOLLECINE

All'interno del comparto, le bollicine stanno vivendo sempre di più una destagionalizzazione dei consumi, come spiega **Togni**: «Sicuramente la pandemia ha cambiato il modo di consumare, portando molte persone a degustare le bollicine nella quotidianità e a informarsi sulle loro caratteristiche. Si tratta di una categoria da sempre legata alle celebrazioni, ma che sta uscendo dalla classica ricorrenza per entrare nel vivere quotidiano di chi ama mangiare e bere bene ogni giorno». Anche secondo **Antonio Ciccarelli, responsabile comunicazione di Piccini 1882**, «il grande successo del Prosecco ha finalmente sdoganato il consumo degli spumanti oltre il periodo natalizio. In passato la gran parte delle vendite si concentrava nell'ultimo trimestre ora, invece, oltre al

IL PUNTO DI VISTA DELLA DISTRIBUZIONE: CONSORZIO C3



All'interno di una realtà ampia e diversificata come quella del **Consorzio C3**, abbiamo raccolto il contributo dei soci **Gross Cidac di Aosta** e **Brendolan Alimentari di Verona**. «La nostra realtà di regione di confine con alta tipicità – afferma **Emilio Davisod, buyer di Gross Cidac** – ci consente di servire anche numerosi turisti stranieri. La tipicità è il nostro punto forte a cui riserviamo un profondo assortimento di vini locali recentemente valorizzati con una

scaffalatura in stile secondo la tradizione locale. Pur avendo un assortimento molto ampio anche di vini di altre regioni italiane e di alcune referenze internazionali, il prodotto locale rimane il nostro fiore all'occhiello in continua crescita insieme al Prosecco». Secondo **Alberto Luisiani, buyer di Brendolan Alimentari**, invece, «le performance migliori nel 2022 sono state registrate dagli spumanti, sia secchi sia dolci, e dalle nuove cuvée. Il comparto registra un incremento di consumo nella fascia medio-alta che va di pari passo con l'evoluzione dei gusti dei consumatori. Stiamo puntando a potenziare il comparto degli spumanti, sempre più destagionalizzato e ricco di novità, e il comparto dei vini di fascia medio alta, dove abbiamo intravisto la possibilità di qualificare lo scaffale e di marginare bene e meglio rispetto allo "stressato" comparto economy».

