



COMUNICATO STAMPA

Il ritorno del classico

Nella moda, nel design e nell'enogastronomia gli italiani riscoprono le eccellenze del belpaese. e il Chianti Classico si conferma in cima alla hit list dei vini senza tempo.

Secondo la sociologa Marilena Colussi, dell'Istituto di ricerca GPF fondato da Giampaolo Fabris: "La congiuntura economica sta riportando ad un atteggiamento di maggior giudizio negli acquisti: i consumatori cercano meno glamour e più valore".

Il fascino senza tempo di un abito che non passa mai di moda, di un oggetto *evergreen* del design made in Italy, di un vino prodotto da un'azienda con una storia secolare alle spalle: in tempo di crisi gli italiani riscoprono le eccellenze del Belpaese, e confermano il Chianti Classico in cima alla hit list dei vini senza tempo. Una tendenza confermata dalla sociologa **Marilena Colussi**, responsabile dell'Area Food e Retail dell'**Istituto di ricerca GPF fondato da Giampaolo Fabris**, che spiega: "Questa difficile congiuntura economica sta riportando ad un atteggiamento critico negli acquisti: i consumatori cercano meno glamour e più valore, una nuova sintesi tra immagine, autenticità e qualità. La nostra società, pur restando profondamente legata all'immagine e alla rappresentazione, evolve verso la sostenibilità e oggi, quando si compra un prodotto, i valori e i significati vengono soppesati e valutati con maggiore attenzione. L'autenticità, la sicurezza, la garanzia sono assets che rassicurano".

Banditi dunque gli acquisti troppo originali e destinati ad essere demodé nel giro di una stagione, oggi è *cool* acquistare meno, ma meglio. Un'esigenza dettata sicuramente dalla situazione economica, ma anche da un sempre più diffuso desiderio di riscoperta di valori dimenticati, che parlano di buon gusto, di ricerca dell'armonia, di rispetto dei tempi e della qualità della vita. Il Chianti Classico si iscrive perfettamente all'interno di questo riscoperto sistema di valori: il suo nome è sinonimo in tutto il mondo non solo di etichette prestigiose, ma anche di un territorio e di un lifestyle inconfondibile, mix ineguagliabile di vino d'eccellenza, olio di primissima scelta, castelli secolari e paesaggi immutati dal Medioevo. Le cantine del Chianti hanno tra i loro più solidi punti di forza una tradizione improntata alla qualità e tramandata di generazione in generazione, che si contrappone alle tante aziende del vino nate dal nulla negli ultimi anni, che hanno gonfiato i prezzi a livelli stratosferici e che ora risentono pesantemente della pesante situazione economica.

"Se esiste un lato buono della crisi - afferma **Marco Pallanti, presidente del Consorzio del Chianti Classico** - possiamo individuarlo nella fine degli acquisti compulsivi e dello shopping che privilegia la quantità: gli italiani riprendono a comprare con ocularità, valutando attentamente la qualità, sia che si tratti di abbigliamento, sia che si tratti di pianificare un viaggio, sia che si tratti di scegliere una bottiglia di vino da portare in tavola. Non a caso i dati delle vendite del Chianti Classico in Italia parlano di una sostanziale tenuta delle nostre etichette nel 2008: il mercato nazionale assorbe oggi il 27% della produzione".

Nel distretto del Chianti Classico, in cui operano 597 produttori, di cui 345 imbottiglieri, e si contano 7.200 ettari di vigneto iscritti alla Docg, vengono prodotte mediamente ogni anno 37 milioni di bottiglie di Chianti Classico. Il principale Paese importatore sono gli Stati Uniti con il 29%, seguiti da Germania (10%), Regno Unito (9%), Svizzera (7%), Canada (6%), Giappone (6%), Russia, Austria e Olanda. Il giro d'affari annuale del Chianti Classico si attesta mediamente sui 270 milioni di euro.

Ufficio Stampa
Consorzio Vino Chianti Classico
Tel. 055 8228522/47
stampa@chianticlassico.com

CONSORZIO VINO CHIANTI CLASSICO