

PAMBIANCO

WINE & FOOD

NUMERI, FATTI E PROTAGONISTI DEL VINO, DEL CIBO E DELLA RISTORAZIONE

ANALISI

Il vino 'stappa' le M&A

MERCATO

Lo champagne alza il tiro

FENOMENI

Riemerge il pesce di lusso

TENDENZE

La mixology entra nel menu

LA SFIDA DELLA RIPRESA

COVER BY KAZUhide YAMAZAKI



Lo CHAMPAGNE alza il tiro

di Fabio Gibellino

PREZZI ED ESPORTAZIONI DELLE BOLLICINE FRANCESI VOLANO SEMPRE PIÙ ALTI. L'ITALIA È NELLA TOP 5 DELLE DESTINAZIONI. E SOLO A SINGAPORE SI PAGA DI PIÙ AL LITRO. IL 2022 SI PRESENTA COME UN ANNO ZERO A CAUSA DI UNA VENDEMMIA RIDOTTA, MA I CAMBIAMENTI CLIMATICI STIMOLANO LA RICERCA DI NUOVE VIE.

Il 2021 per il mondo dello champagne verrà ricordato come l'anno della grande ripresa e della piccola vendemmia. Dodici mesi per certi versi euforici e per altri preoccupanti, che tratteggiano un presente fatto di riposizionamento, naturalmente verso l'alto, e un futuro che prima o poi dovrà trovare le giuste contromisure a un cambiamento climatico che non cesserà di mutare la geografia del vino. Così, tornando al presente, in vigna i produttori di champagne si sono dovuti arrendere agli effetti delle gelate, della peronospora e della botrite, per una resa che ha toccato il 30% in meno rispetto alle attese. Una *débâcle* che ha portato il raccolto a essere definito da molti uno dei peggiori degli ultimi cinquant'anni. In enoteca, come al ristorante e al supermercato, invece, le bottiglie sono andate a ruba nonostante i rincari significativi.

LE ESPORTAZIONI

Dato questo che, oltre agli scontrini, trova conferma nei numeri diffusi dalla Dogana francese che nei primi sei mesi dell'anno ha registrato crescite delle esportazioni sia in quantità sia in

valore. A varcare i confini sono stati 483mila ettolitri di champagne (+56,2%) per un valore 1,389 miliardi (+58,5%) di euro. Quantità che non solo segnano crescite sull'annus horribilis 2020, falcidiato dalla pandemia e dai lockdown conseguenti, ma sono superiori, rispettivamente dell'8,3% e del 10,2%, anche rispetto a quanto maturato nello stesso periodo del già ottimo 2019. Una performance che non solo non accenna a rallentare ma, guardando all'ultimo rapporto disponibile, quello di agosto, segna anche un cambio di passo tra euro incassati ed ettolitri spediti. Dove i primi hanno fatto segnare un +54,6%, mentre i secondi si sono fermati, per così dire, a +47 per cento. Per un ranking delle destinazioni che, sempre secondo i dati forniti dalla dogana francese, vedono gli Stati Uniti primeggiare con 217.795,91 ettolitri importati nei dodici mesi compresi tra settembre 2020 e agosto 2021. A seguire la Gran Bretagna con 197.446,75 ettolitri, quindi Singapore con 92.921,13, la Germania con 89.413,77 e infine, quinta, l'Italia con 63.085,08. Classifica che in termini di valore assoluto vede sempre primi gli Usa con 619.225.192 euro, la Gran Bretagna con 436.761.389, Singapore con 284.991.174, la Germania con 196.798.306 e l'Italia con 188.296.830, ma con un rapporto euro litro che invece mescola le carte, con Singapore a 30,67 euro, seguito dall'Italia con 29,85, Usa con 28,43, Gran Bretagna con 22,12 e Germania con 22. Aspetto quest'ultimo influenzato dal maggior consumo di millesimati e cuvée speciali. Una situazione meglio fotografata dai manager italiani dello champagne.

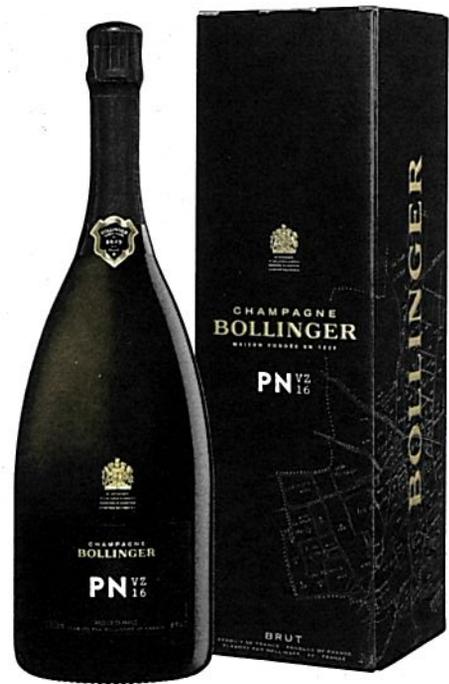
COME STA ANDANDO IL 2021

Leo Damiani, direttore di **Perrier-Jouët Italia**, infatti ha spiegato che: "Il 2021 è un anno dalle due facce, quella commerciale, che sta andando benissimo, e quella della disponibilità che invece ci farà soffrire". Non solo, perché, come ha sottolineato lo stesso Damiani: "Di fronte a un mercato che non ha battuto ciglio davanti agli aumenti di prezzo, la sensazione è che ora i produttori in realtà non stiano pensando a ulteriori rincari, ma in realtà a un vero e proprio riposizionamento del prodotto". E a confermare il nuovo *zenith* commerciale del più famoso dei vini francesi, sono praticamente tutti gli attori del comparto. Lo racconta **Stefano Della Porta**, direttore commerciale di **Laurent-Perrier Italia**: "Stiamo facendo il +100% rispetto al 2019, tanto che, in quanto



Dall'alto, una bottiglia di Perrier-Jouët, e una di Laurent-Perrier con sotto la rispettiva cantina

In apertura, la sede di Perrier-Jouët



Le vigne e lo champagne di Bollinger

LE PROSPETTIVE PER IL 2022

Nel 2022 invece Cuzziol vede, “una sorta di anno zero per noi distributori, perché dovremo capire a che punto è il mercato e dove saremo noi”. Uno dei punti, come indicato da Della Porta, “ci vedrà impegnati ad alzare e consolidare il nostro posizionamento”, mentre per Luca Pescarmona: “L’obiettivo è quello di destagionalizzare un consumo che è concentrato nell’ultima parte dell’anno, e magari cercare di lavorare sulla logica dei prezzi in ristorazione, a volte ingiustificati”. E se nel computo geografico del mercato poco cambia rispetto all’anno scorso, con Milano a far da traino e con le mete turistiche come Costiera amalfitana, Versilia e Sardegna più appaganti delle città d’arte come Firenze e Venezia, la scoperta è la Nouvelle vague della provincia italiana, forse alimentata dallo smart-working. Il tutto guardando con particolare attenzione all’alto di gamma. Per il futuro invece le cose hanno il sapore della sfida.

IL FUTURO E I CAMBIAMENTI CLIMATICI

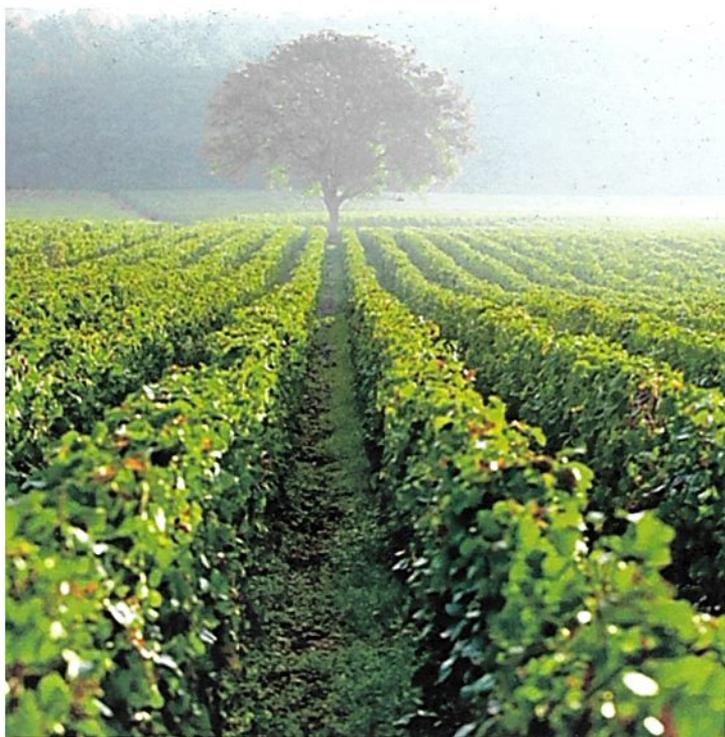
A partire dal breve periodo, perché come ha sottolineato Leo Damiani, “lo champagne anche nel 2017 ha avuto un calo della produzione del -30%, ma i francesi, grazie agli imprevisti di questi ultimi 12/18 mesi,

sono riusciti a far girare a proprio favore una situazione contraria; la stessa flessione però si sta verificando anche con quest’ultima vendemmia, un 30% in meno con cui però, questa volta, i produttori dovranno davvero fare i conti”. Guardando al medio periodo invece, e considerando quanto i cambiamenti climatici stanno influenzando il mondo, continua il manager di Perrier-Jouët Italia, “stanno portando i produttori a doversi ingegnare, perché qualcosa in prospettiva va fatta”. Così tra chi propone aumenti delle rese per scaricare i grappoli, chi vuole aumentare i numeri di ceppi per ettaro e chi invece vuole andare nella direzione opposta, qualcosa in realtà sta già cambiando, come fa osservare Cuzziol: “Credo che in futuro possa esserci anche un’idea diversa di champagne, e qualche cosa di diverso lo possiamo vedere già oggi, stiamo parlando della crescita dei blanc de noirs e della Côte des Bar”. Il tutto però ricordando, come sottolinea Corrado Mapelli: “Che le Grandi Maison in quanto tali, hanno più possibilità di selezione e di investimenti (in tecnologie di cantina o in vigna), dunque una più facile resilienza ai cambiamenti, pur consapevoli che sarà comunque il tempo a dare le risposte”.

filiale, la casa madre per sostenerci ha sacrificato altri mercati, così quest'anno segneremo il nuovo record per la maison con oltre 300mila bottiglie vendute". E ancora, **Pietro Pellegrini**, presidente di **Pellegrini spa**, distributore per l'Italia di **Jacquesson**, **Agrapart**, **Guiborat**, **Roger Pouillon & fils**, **Francis Orban** e **Remi Leroy**, ha spiegato come questo: "Trend super-positivo ci ha portato a esaurire presto tutti i prodotti, perché i nostri sono progetti agricoli che non ci permettono espansione oltre le bottiglie assegnate". Sulla stessa linea è **Corrado Mapelli**, direttore generale e member of board di **Gruppo Meregalli**, che importa **Ayala** e **Bollinger**: "In generale il 2021 per noi sta andando molto bene, siamo in crescita netta sul 2019 di circa il 20%, e questo, per il nostro gruppo, rappresenta a oggi l'anno record in termini di vendite". E lo stesso vale per **Luca Pescarmona**, di **Pescarmona** importatori, distributore per l'Italia di **Duval-Leroy**: "C'è stata una discreta ripartenza con un rimbalzo tecnico perché la gente ha di nuovo voglia di uscire, noi abbiamo segnato un +50% sul 2020, pur considerando che questo, in realtà, è il nostro primo anno vero con Duval-Leroy".

UN BILANCIO DAI DUE VOLTI

Mentre, tornando ai chiaroscuri, per **Luca Cuzziol**, amministratore unico di **Cuzziol Grandi vini**, che ha in portfolio **La Borderie**, **Monmarthe**, **Gonet-Médeville**, **Mandois** e soprattutto **Bruno Paillard**, che in Italia ha il suo primo mercato: "Se il trend resta questo, nei dodici mesi arriveremo a 150mila bottiglie, 25mila in più rispetto al 2019; con Paillard che da solo chiuderà a 105mila bottiglie su un totale di meno di 400mila". Per Cuzziol in realtà questa performance, "per certi versi è preoccupante, perché una crescita così esplosiva non so quanto possa essere positiva, anche se ci garantirà un Ebitda in grande spolvero". Prima di chiudere l'anno però bisognerà aspettare il Natale, "che consegneremo verso novembre e che credo tornerà su livelli pre-Covid", ha spiegato Cuzziol. Detto questo tutti dovranno fare i conti con le disponibilità rimaste, aspetto che sembra dover colpire in modo particolare le etichette prestige, cioè quelle che garantiscono i margini maggiori. E allora ecco che, se come ha spiegato Leo Damiani: "Sto aspettando le allocazioni per il prossimo anno ma credo che saranno inferiori alla necessità".



Un'immagine dei vigneti di Domaine La Borderie, una bottiglia di Jacquesson e una di Duval-Leroy