

PAMBIANCO MAGAZINE

# WINE & FOOD

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

## LE NUOVE FRONTIERE DEL WINE & FOOD ITALIANO

**ANALISI**  
Ristorazione  
a due velocità

**MERCATO**  
Champagne,  
il prezzo è da record

**SCENARI**  
La piramide qualitativa  
del Prosecco

ANNO V - N°5 NOVEMBRE - DICEMBRE 2022

Poste Italiane S.P.A. - Sped. in A.P. 70% L.O.M. - in caso di mancato recapito inviare al CNIP di Rosarno per la restituzione al mittente previo pagamento resi

COVER BY RAFA SILVARES



# CHAMPAGNE, il prezzo è da RECORD

di Fabio Gibellino

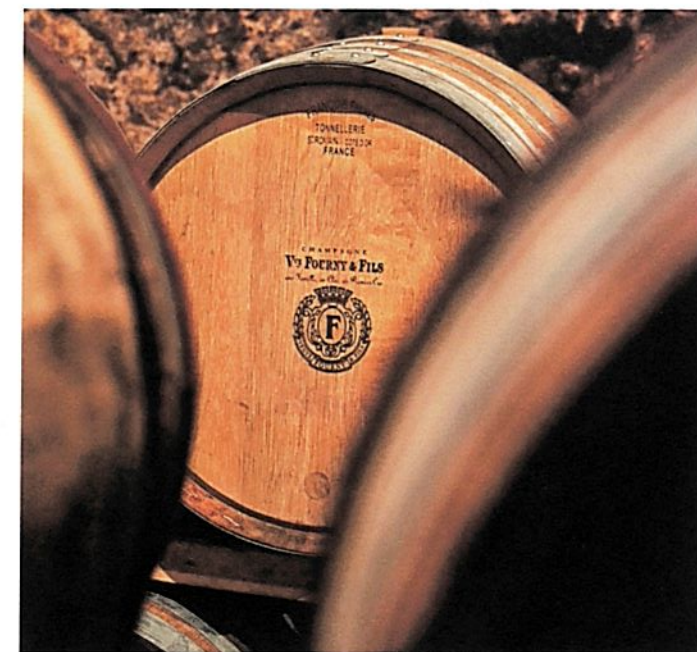
**INFLAZIONE, VENDEMMIE SCARSE E UNA RICHIESTA MAI VISTA FANNO AUMENTARE I COSTI DELLA FILIERA. LO SPIRAGLIO POTREBBE ARRIVARE CON IL SUPER RACCOLTO DEL 2022, CHE PERÒ SCONTA I PREZZI DELL'UVA, VOLATI OLTRE I SETTE EURO AL CHILO.**

Ci sono due certezze per il futuro dello champagne: che a Natale sarà più caro e che da Capodanno lo sarà ancora di più. D'altronde dopo una pandemia, una nave incagliata dove peggio non poteva, la bulimia cinese e una guerra, la via era segnata. Soprattutto se il calice in oggetto, oltre a essere il più desiderato del momento, è frutto di tre vendemmie poco fortunate (a parte l'ultima, che però non vedrà gli scaffali prima di tre anni). Ecco perché, negli ultimi trentasei mesi, i prezzi delle bottiglie al consumatore sono aumentati del 20% e il prossimo anno lo faranno anche del 15% in un colpo solo. O almeno, questo è quanto trapela Oltralpe, per un salto che, in questo 2022, dovrà tenere conto anche dell'esplosione del costo dell'uva: e per una bottiglia ne servono mediamente 1,2 chili. Così, come indicato dal **Comité interprofessionnel du vin de Champagne**, dopo i

6,36 euro al chilogrammo del 2019, i 6,30 del 2020 e i 6,35 del 2021, l'ultimo raccolto ha superato i sette euro. E questo nonostante una resa fissata a 12mila chili per ettaro, cioè la più alta degli ultimi quindici anni. Risultato che nel breve periodo non servirà a molto, perché a dettare i prossimi listini sarà il caro energia causato dalla guerra in Ucraina. Dunque per produrre una bottiglia di champagne si dovrà fare i conti con i prezzi di capsuloni e gabbiette di alluminio che sono raddoppiati, di bottiglie più care del 30%, di legno ormai non più quantificabile, di gas naturale sestuplicato e di barili di petrolio passati da 17 a oltre 90 dollari. E a questo bisogna aggiungere una domanda mai sazia, al punto che, come indicato dalla dogana francese, dal 1 agosto 2021 al 31 luglio 2022, ha richiesto 335,1 milioni di bottiglie, il 16,5% in più rispetto ai dodici mesi precedenti. Una performance che, vista nell'anno solare, potrebbe avvicinare il record delle 339 milioni di unità vendute del 2007: nove milioni delle quali potrebbero essere stappate in Italia.

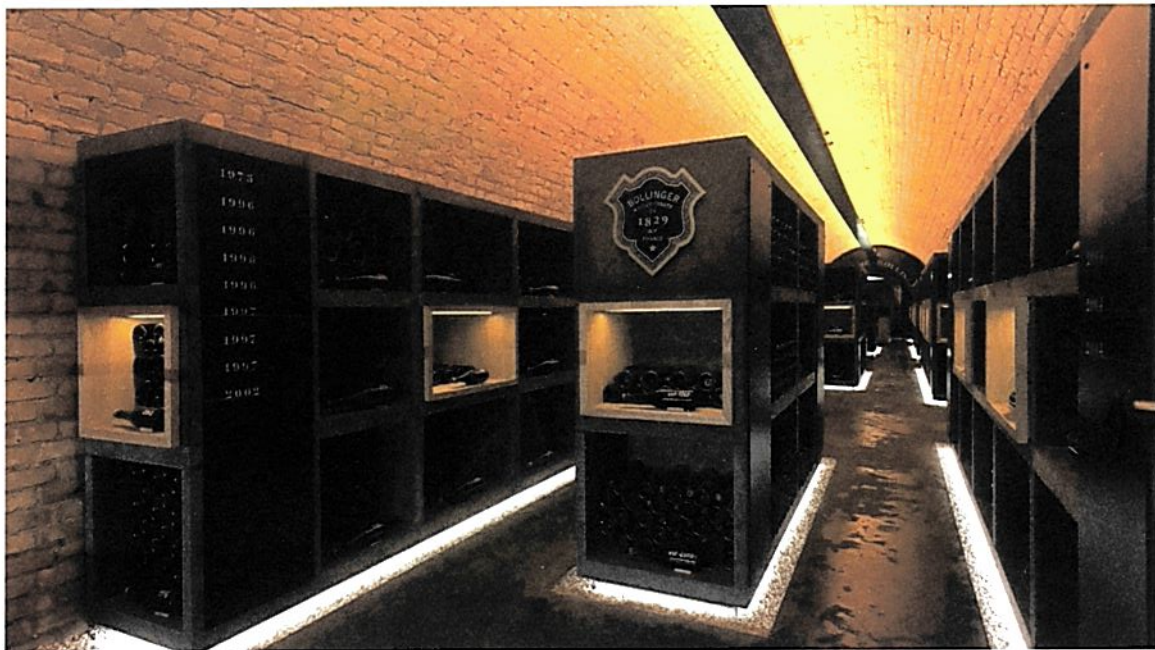
## IL MERCATO È A CACCIA DI BOLLICINE... FRANCESI

A confermare lo stato di euforia del mercato dello champagne nello stivale sono alcuni dei più importanti distributori italiani. **Pietro Pellegrini**, presidente dell'omonimo gruppo, importatore di Jaquesson, Agrapart, Veuve Fourny & fils, R. Pucillon & Fils, Francis Urban, Remy Leroy, Jean Velut e più recentemente anche di Guiborat, ha sottolineato che: "Noi finiamo sempre le quantità assegnate perché abbiamo scelto di lavorare solo con prodotti agricoli, però, quest'anno, guardando a Jaquesson, abbiamo esaurito le 27mila bottiglie ad aprile anziché a ottobre". Un contesto comune a tutti e, paradossalmente, complicato da gestire, come ha raccontato **Corrado Mapelli**, direttore generale di **Gruppo Meregalli**, che distribuisce Bollinger, Ayala e, da poco, anche Maison Chassenay d'Arce. "Questa situazione estremamente positiva - spiega Mapelli - in realtà ci mette anche in difficoltà, perché ci impedisce di soddisfare tutte le richieste, considerato anche che questo è il primo anno con la ristorazione aperta al 100 per cento". Osservazione a cui si aggiunge, "l'evoluzione del consumo", come ha sottolineato **Massimiliano La Rosa**, direttore commerciale di **Philharmonica**, importatore di



In apertura, vista sui domini di Salon, distribuito da Terroirs-Ceretto Ph. Leif Carlsson

Sopra, barrique di Veuve Fourny & Fils (distribuito da Gruppo Pellegrini) e Charles Heidsieck Brut Reserve (distribuito da Philharmonica)



Scorcio della cantina di Bollinger, distribuito da Gruppo Meregalli

Charles Heidsieck, Devaux e Franck Bonville, “perché il non considerare più lo champagne come vino da celebrazione ha portato in dote molti più clienti da soddisfare”. Una realtà a cui non sfugge nemmeno **Giacolino Gillardi**, CEO di **Ceretto** e responsabile **Terroirs-Ceretto**, che commercializza Salon, Delamotte, Maurice Grumier, Lelarge-Pugeot, Soutiran, Nominé-Renard, Albert Beerens, Château de Bligny e Guenin, Cottet-Dubreuil. “Con tutta l’ammirazione per i francesi, bravissimi nel gestire il mercato - afferma Gillardi - questa scarsità di offerta ci porta a dosare le assegnazioni per cercare di accontentare tutti i nostri clienti, ma è un’impresa difficile”. Offerta che, oltretutto, deve essere negoziata duramente, come ha svelato **Luca Gargano**, presidente e CEO di Velier, presente sul mercato con Bremont, Charles Le Bel, Charlot Père et Fils e Domaine Augustin e che proprio di questi tempi celebrerà il suo 50mo anno di partnership con Billecart-Salmon. “Noi è da due anni che siamo sotto-allocazione, quest’anno con Billecart-Salmon siamo scesi a 115mila e, pur combattendo ne abbiamo perse 5mila”.

### ... E I PREZZI VOLANO

Un contesto che ha fatto lievitare i prezzi. Per Corrado Mapelli infatti: “Mantenendo questo rapporto tra inflazione e richieste, credo

che lo champagne sia destinato a crescere del 10-12 per cento”. Mentre, guardando al recente passato, Pietro Pellegrini spiega che “nell’ultimo triennio i prezzi sono cresciuti in modo discreto e a seconda della tipicità del brand; per noi, a esempio, Urban, che è 100% Meunier è rimasto stabile, mentre Jacquesson e Agrapart, non sono mai andati oltre il 5 per cento”. E dello stesso avviso è Luca Gargano che aggiunge: “Oltre a tutti i fattori esterni che hanno contribuito all’innalzamento dei prezzi, che per noi significano un +2-5% storico e un +5% previsto quest’anno, occorre considerare come il mercato della ristorazione sta evolvendo verso i Récoltant Manipulant che oggi valgono il 15% del mercato”. Il tutto, come ricorda Massimiliano La Rosa, “ricordando che i listini restano invariati per tutto l’anno; è per questo che il +10% previsto a inizio 2023 è preoccupante, soprattutto sui prodotti d’ingresso, che rappresentano il 75-85% del mercato”.

### COME REAGISCONO I MERCATI E I DISTRIBUTORI

Non solo, perché, come sottolinea Luca Gargano: “Nel 2023, vista l’inflazione corrente, si dovrà fare i conti anche con l’incognita di quanti locali chiuderanno e di quanta capacità di spesa avranno i

consumatori, con la speranza che non arrivino altri lockdown”. Dunque, per limitare i danni, si dovrà fare attenzione alle marginalità. Per Giacolino Gillardi: “Escludendo Salon, che vive una realtà diversa, dovremo usare una serie di ammortizzatori interni e ragionare distintamente sui prezzi delle cuvée rare e dei base”. O ancora, come spiega Corrado Mapelli: “Lavoreremo insieme ai fornitori evitando spese inutili e modificando condizioni commerciali, come ordini più piccoli ma continuativi”. Mentre per Pietro Pellegrini: “Il prodotto finito assorbirà una parte dei costi, così come noi, quest’anno ci siamo tenuti tutti quelli fissi; ma guardando al consumatore finale, molto dipenderà da quello che farà il mercato secondario”.

### IL FUTURO RALLENERÀ MA SENZA SCONTI

Anche in ottica temporale le sensazioni sono omogenee. La corsa dello champagne rallenterà, forse per un breve periodo si fermerà, ma di sicuro non andrà in deflazione. Anche perché, come spiega Pietro Pellegrini, “ritengo che ci sia ancora tanto spazio di consumo, soprattutto tra i giovani, quindi,

nonostante i prezzi altissimi, non credo si sia già raggiunto il plateau, basta pensare a quanti champagne diventano introvabili appena usciti dalle cantine”. Per Corrado Mapelli invece: “Un riallineamento potrebbe arrivare, ma non prima del 2024, considerando la lungimiranza del Comitè, che ha aumentato le rese per spalmare gli aumenti su una quantità maggiore di prodotto”. Aspetto confermato da Giacolino Gillardi: “Credo che in un paio d’anni si arriverà a un nuovo equilibrio, anche perché non si può andare oltre il limite, soprattutto in mercati come quello italiano, che è uno dei più importanti del mondo per consumo qualitativo”. Anche perché come ricorda Luca Gargano: “Molto dipende dalla relazione tra domanda e offerta, credo anche che il prezzo possa crescere ancora un po’, però siamo al limite, e in Italia bisogna vendere nove milioni di bottiglie, non centomila”. Perché come ricorda Luca Gargano: “Molto dipende dalla relazione tra domanda e offerta, credo anche che il prezzo possa crescere ancora un po’, però siamo al limite, e in Italia bisogna vendere nove milioni di bottiglie, non centomila”.



Billecart-Salmon, bottiglia celebrativa per il 50esimo della partnership con Veuve