

Declino vendite Champagne 2023: cause e prospettive

scritto da Emanuele Fiorio | 21 Febbraio 2024



Avevo già messo in luce le [difficoltà della vendemmia 2023](#) e le gravi problematiche legate alle condizioni di lavoro e alla gestione agronomica nella regione della Champagne. Ad aggravare la situazione durante l'anno appena trascorso, le spedizioni di Champagne hanno registrato una significativa **flessione in volume di oltre 27 milioni di bottiglie**, scendendo appena al di sotto della cifra simbolica di 300 milioni. Dopo il boom del 2022, quali sono state le cause di questo calo? Tra le cause citate da diversi produttori di Champagne ne sono emerse **3 principali**:

1. inflazione,
2. overstocking,
3. calo della fiducia del consumatore.

1 – Inflazione

Un fattore chiave è indubbiamente l'inflazione, che ha influenzato il costo di tutte le merci, compreso lo Champagne. Il Presidente di Champagne Lanson, François Van Aal, ha sottolineato che tutte le grandi maison hanno **aumentato i prezzi all'inizio del 2023, tra il 10% e il 12%**. Questi aumenti erano necessari a causa dell'incremento del **prezzo delle uve del 10% nel 2022**.

Inoltre, le case produttrici hanno dovuto affrontare l'aumento dei **tassi di interesse, passati dallo 0,7% del 2022 al 3,5-4% del 2023**. Questo ha comportato un aumento significativo dei costi di produzione, poiché molte aziende si appoggiano a finanziamenti per gestire i loro stock. Altri fattori che hanno contribuito all'aumento dei prezzi riguardano il **costo degli imballaggi, l'energia e gli stipendi del personale**.

Alcuni produttori hanno modificato la loro strategia di marketing, **eliminando le etichette "entry-level" nei supermercati**. Champagne Nicolas Feuillatte ha interrotto la produzione della sua etichetta base Brut Sélection e ha lanciato una versione più premium, ciò ha causato una diminuzione del 25% nei volumi di vendita. Similmente, Arvitis, che possiede diversi brand, ha ridotto i volumi del 20% nel 2023, decidendo di interrompere la vendita dello Champagne Marie Stuart nei supermercati francesi. Questi cambiamenti strategici hanno comportato un aumento dei prezzi, da bottiglie proposte ad un prezzo inferiore a €19 a bottiglie da €24 in su.

2 – Overstocking

Il secondo motivo principale del calo delle spedizioni è stato attribuito all'overstocking nei mercati principali. Dopo una rapida ripresa della domanda nel 2021 e un aumento significativo del consumo nel 2022, i produttori si sono

trovati a rincorrere per soddisfare la domanda. Gli importatori, rivenditori e consumatori hanno effettuato grandi ordini alla fine del 2022, temendo possibili penurie future. Tuttavia, molti di questi **ordini erano eccessivi**, ciò ha provocato un overstocking all'inizio del 2023 e, di conseguenza, a ordini inferiori nel corso dell'anno.

3 – Calo della fiducia del consumatore

La situazione geopolitica del 2023 non ha favorito i momenti celebrativi e la **crescente incertezza ha portato a una contrazione della domanda**.

Nonostante il calo delle spedizioni in termini di volume, i produttori di Champagne sottolineano che il valore delle spedizioni è rimasto simile al record del 2022, con un fatturato di circa €6,2 miliardi nel 2023. Molti produttori ritengono che la strategia di **puntare su proposte ad alto valore e di alta qualità** contribuirà a mantenere la stabilità nel settore, anche se le vendite potrebbero essere inferiori in termini di volume.

Ciò significa che, nonostante il 2023 sia stato un anno sfidante per lo Champagne, le prospettive rimangono positive per le aziende che saranno in grado di avere un **approccio al mercato legato a prodotti di valore e di eccellenza**.

In sintesi

Cause declino vendite Champagne 2023	Dati e fattori chiave
Inflazione	– Aumento dei prezzi delle uve del 10% nel 2022

Cause declino vendite Champagne 2023	Dati e fattori chiave
	<ul style="list-style-type: none"> – Aumento dei prezzi da parte delle grandi maison (10-12%)
	<ul style="list-style-type: none"> – Aumento dei tassi di interesse (da 0,7% nel 2022 a 3,5-4% nel 2023)
	<ul style="list-style-type: none"> – Incremento dei costi di produzione (imballaggi, energia, stipendi)
	<ul style="list-style-type: none"> – Modifiche strategiche come l'eliminazione delle etichette "entry-level" nei supermercati
Overstocking	<ul style="list-style-type: none"> – Rapida ripresa della domanda nel 2021 e aumento significativo del consumo nel 2022
	<ul style="list-style-type: none"> – Ordini eccessivi nel 2022 per timore di possibili penurie
	<ul style="list-style-type: none"> – Riduzione degli ordini nel corso del 2023
Calo della fiducia del consumatore	<ul style="list-style-type: none"> – Situazione geopolitica sfavorevole – Incertezze economiche e finanziarie
Risultati scaturiti	<ul style="list-style-type: none"> – Flessione in volume di oltre 27 milioni di bottiglie nel 2023 – Vendite in volume al di sotto di 300 milioni di bottiglie
	<ul style="list-style-type: none"> – Fatturato totale rimane simile al record del 2022 (circa €6,2 miliardi)
	<ul style="list-style-type: none"> – Prospettive positive per le aziende che puntano su prodotti di alto valore e qualità
	<ul style="list-style-type: none"> – Mantenimento della stabilità nonostante il calo delle vendite in termini di volume