Beaujolais, chi l'avrebbe detto?

scritto da Noemi Mengo | 18 Novembre 2019



Siamo soliti occuparci del felice andamento, almeno per la maggior parte dei casi, delle denominazioni italiane nei mercati del mondo, ma oggi ci soffermiamo ad osservare un caso molto particolare del vicino competitor d'oltralpe.

Secondo la fonte, **le esportazioni di vini Beaujolais sono aumentate del 34,5% in volume e del 19,6% in valore** nei primi otto mesi dell'anno rispetto allo stesso periodo del 2018. Una controtendenza, in quanto le esportazioni francesi risultano essere leggermente diminuite, a causa, senza dubbio, di alcune "piccole" annate. Beaujolais più di tutte, ma anche Loira e Borgogna, sgomita su questa discesa verso il basso, registrando un andamento positivo che sorprende, considerando che i vini rossi di questa categoria stanno trovando, a livello globale, una difficoltà maggiore di inserimento, difficoltà dovuta sicuramente al fatto che tra le tendenze più

forti del 2019 c’è l’orientamento dei consumatori a tipologie di prodotti più “healthy” e meno strutturati.
La stessa annata 2019 è stata, infatti, complicata nel Beaujolais. L’ente commerciale regionale ha registrato un rendimento inferiore del 25% rispetto alla media quinquennale a causa del gelo e della grandine, soprattutto nella metà meridionale della regione.
“La qualità del raccolto finale è comunque buona” ha dichiarato Philippe Thillardon, presidente della cooperativa locale Oedoria. “È un anno atipico, la raccolta ridotta offre però un perfetto equilibrio tra alcol, acidità e maturità fenolica. Le degustazioni iniziali, infatti, hanno indicato vini strutturati, comunque fruttati e molto freschi”.
Per noi italiani è una notizia da cui dobbiamo prendere sicuramente spunto, ed analizzare i motivi dietro a questo aumento delle esportazioni, se legato solamente al prodotto o ad una studiata strategia di promozione. D’altronde lo sappiamo, dire Francia e dire vino all’interno della stessa frase suscita, anche nei consumatori meno esperti, un collegamento immediato. Stiamo riuscendo a fare lo stesso sui nostri prodotti e la loro provenienza?