

Crisi Bordeaux: cause, prospettive e opportunità

scritto da Emanuele Fiorio | 22 Giugno 2023



Da fine maggio i viticoltori di Bordeaux che vogliono eradicare una parte o la totalità dei loro vigneti, possono presentare domanda attraverso una piattaforma online. Il governo francese e l'UE sono disposti a investire fino a 100 milioni di euro per ristrutturare il mercato, **offrendo ai proprietari dei vigneti circa 6.000 euro per ettaro**, oltre ai costi di estirpazione.

Può sembrare una scelta estrema e dolorosa ma è stata attesa con impazienza dalla maggior parte dei viticoltori di Bordeaux e persino rivendicata attraverso importanti manifestazioni.

Sovrapproduzione

L'obiettivo è quello di frenare la massiccia sovrapproduzione di vini prevalentemente rossi, **eliminando quasi il 10% dei terreni** della più grande area vinicola francese (108.000 ettari).

Nel 2022, Bordeaux ha prodotto 4,1 milioni di ettolitri, l'85% di vino rosso. Una produzione inferiore alla media, visto che la media decennale è stata di 4,6 milioni di ettolitri.

I rinomati Châteaux hanno pochi problemi a vendere i loro vini, ma **gran parte della produzione di vino rosso è costituita da vini generici venduti in bottiglia o sfusi.**

Parte di questi non trova sbocco nel mercato: nel 2022 sono stati venduti solo circa 3,98 milioni di ettolitri, con un calo del 5%.

Le eccedenze o le scorte degli anni precedenti vanno incontro alla classica distillazione, **in tutta la Francia circa 2,5 milioni di ettolitri saranno trasformati in alcol industriale.**

Si stima che ciò comporterà un costo aggiuntivo di 160 milioni di euro, finanziato dai contribuenti, dato che i produttori, per trasformare il vino in distillato, saranno coperti con fondi pubblici.

Un sondaggio condotto dalla Chambre D'Agriculture de la Gironde ha rivelato che **circa un quarto dei viticoltori vuole abbandonare la propria professione.** Per loro, la rimozione sovvenzionata dei vigneti è l'unico modo per uscire dall'attività e ricevere almeno una compensazione finanziaria.

Il problema non è nuovo. Nel 2005 quando la produzione annuale superò i 6 milioni di ettolitri, si decise di distillare circa 180.000 ettolitri. All'epoca si discuteva anche di eradicare fino a 10.000 ettari (circa 25.000 acri). Alla fine, furono eliminati solo 4.000 ettari di vigneti (circa 10.000 acri).

Grazie a restrizioni più severe sulla resa, il volume del raccolto si ridusse del 17% in due anni. Christian Delpuch, ex presidente del Conseil Interprofessionnel du Vin de Bordeaux (CIVB), dichiarò: “La crisi del vino a Bordeaux è giunta al termine”.

I due volti del Bordeaux

“In realtà ci sono due Bordeaux”, riassume Tobias Lassak, responsabile export di Crus et Domaines de France. Nella **fascia alta**, i noti Châteaux Angelus, Cheval Blanc e Ausone a Saint-Émilion, non si affidano più alla certificazione Grand Cru Classé in etichetta, poiché i loro nomi sono già marchi affermati, non solo tra i consumatori facoltosi. I Grands Crus Classés di Bordeaux continuano a vendere e a mantenere il loro alto valore. Tuttavia, si stima che **rappresentino solo il 5% della superficie totale dei vigneti**.

È il **“secondo” Bordeaux (Bordeaux e Bordeaux Supérieur)** che determina i volumi, rappresenta la **stragrande maggioranza della superficie e della produzione**, sostiene la filiera ed i numerosi posti di lavoro.

Le due denominazioni di base AOC (Appellation d’Origine Contrôlée), Bordeaux e Bordeaux Supérieur, rappresentano il **43% della superficie totale**. Entrambe sono in crisi, il problema nasce dalla riconoscibilità scarsa e da una immagine poco conosciuta della categoria.

“La maggior parte delle persone quando sente parlare di Bordeaux pensa ai grandi Châteaux, non al 95% o più che rientrano nell’etichetta Bordeaux. La clientela in grado di percepire le diverse denominazioni di Bordeaux sta invecchiando”, afferma Andreas Brensing, amministratore delegato del negozio specializzato tedesco Kölner Weinkeller. Secondo Brensing, **Bordeaux ha stabilito il suo posizionamento ed il suo target nel segmento super-premium e la gamma medio-bassa non è stata sufficientemente presentata e valorizzata ai**

consumatori entry-level.

Crisi posticipata

“La prima crisi degli anni 2000 non è mai stata veramente superata, come si sosteneva all’epoca” evidenzia Lassak, “L’enorme aumento delle vendite in Cina ha semplicemente mascherato il problema. La sovrapproduzione esisteva ancora, ma si era spostata in Asia”.

Più della metà del Bordeaux (55%) viene consumato in Francia ma nel 2022 il consumo domestico è sceso a 40 litri pro capite e si stima che nei prossimi 5-10 anni si ridurrà ulteriormente a soli 30 litri pro capite.

Per quanto riguarda l’export, nel 2022 le spedizioni sono diminuite del 7%, scendendo a 235 milioni di bottiglie. Il cruciale mercato cinese si è ridotto significativamente a causa del Covid-19 e del calo dei consumi, con una diminuzione del 23% rispetto al 2021, per un totale di 41 milioni di bottiglie.

La diversificazione è fondamentale, soprattutto in termini di mercati. **È necessario invertire il rapporto tra vendite nazionali e internazionali.** Di conseguenza uno degli obiettivi di CIVB è che le esportazioni assumano un maggiore peso sul totale venduto, riducendo la dipendenza dal mercato interno francese.

Bordeaux sembra aggrapparsi a pratiche consolidate, confidando nella certezza delle vendite ma secondo Alexandra Wrann, caporedattrice di Meininger’s International “il fascino del prestigio, della nobiltà, del lusso e della storia associati a Bordeaux è diminuito. Le aziende vinicole più importanti potrebbero non risentirne più di tanto, ma quelle che si trovano nella fascia bassa del mercato sono alle prese con grandi quantità di vino invenduto”.

Adattarsi al cambiamento

Di fronte a tutte queste sfide, è necessario sottolineare che Bordeaux sta già lavorando per sviluppare una maggior diversificazione dell'offerta per quanto riguarda **nuovi stili e tipologie di vino, attuando nuove strategie di marketing.**

L'attuale crisi della regione è preoccupante ma può rappresentare una opportunità in diversi modi:

- attirando maggiormente l'attenzione sulle ottime qualità dei segmenti di prezzo medio e basso,
- creando nuovi profili,
- mettendo in mostra una maggiore diversificazione
- allontanando il Bordeaux dall'essere associato esclusivamente a vini costosi e pesanti.

Se questi processi saranno ben gestiti, i produttori potranno nuovamente vendere i loro prodotti a prezzi accettabili ed i consumatori avranno accesso ad una gamma più ampia di opzioni interessanti.