Francia del vino: fine di un’era?

scritto da Fabio Piccoli | 7 Dicembre 2020

Pandemia e dazi di Trump stanno letteralmente “massacrando” il vino francese che, secondo l’osservatorio Oemv, nei primi 9 mesi del 2020 ha perso il 17% in valore e del 7,5% in volume del loro export. Tradotto significa una perdita superiore a 1,2 miliardi di euro e un calo del 10% del prezzo medio del vino francese esportato. Una botta enorme per l’export francese che ha colpito anche il mitico Champagne che sempre nei primi 9 mesi di quest’anno ha visto una riduzione di circa 600 milioni di euro del loro export.

Il calo più evidente e drammatico, come era prevedibile, si è evidenziato sul mercato degli Stati Uniti dove la Francia ha registrato, con dato settembre 2020, una perdita di oltre 430 milioni di euro. Anche negli Usa decisamente negativo l’export dello Champagne che ha perso sia in volume (-20%) che in valore (-26%).

Ma la debacle è praticamente ovunque per il vino francese che sempre nello stesso periodo analizzato ha perso 144 milioni di euro nel Regno Unito, oltre 54 milioni in Germania, 65,6 milioni in Giappone e ben 164,4 milioni in Cina.

Non è una novità, a dire il vero, che il vino francese perda di più rispetto ad altri competitor durante le crisi economiche più difficili. Essendo il primo Paese esportatore in termini di valore è abbastanza logico che diventi il Paese

più colpito, ma questa volta si ha la sensazione che la Francia del vino stia perdendo qualcosa di più rispetto alle crisi del passato.

E non può essere ritenuto un caso che, in particolare in Cina, questo calo è cominciato anche prima dell'arrivo della pandemia.

Che l'immagine del vino francese si stia un po' appannando non può essere considerata un'eresia. E le ragioni potrebbero essere moltissime, molte della quali di natura "fisiologica".

Non c'è dubbio, infatti, che chi per decenni è rimasto un leader indiscusso, ma fortemente concentrato in poche tipologie di vino (Champagne, Bordeaux, Borgogna), può oggi aver perso parte del suo fascino alla luce di consumatori a livello mondiale sempre più infedeli e più curiosi, alla ricerca di novità.

La Francia vitienologica, invece, e questo per certi aspetti è un valore indiscutibile, è sempre stata attenta a preservare la sua identità più autentica rispetto alla nostra Italia del vino sicuramente più camaleontica.

Forse però la "rigidità" francese potrebbe oggi iniziare a mostrare alcuni limiti e per questo non ci meraviglieremmo se questa pandemia, tra le varie conseguenze, portasse anche ad un cambiamento delle strategie produttive e promozionali del vino made in France.