

Perché i viticoltori dovrebbero rivolgersi alla produzione di vini bianchi?

written by Emanuele Fiorio | 14 Dicembre 2022



Secondo i dati di Nielsen IQ, le vendite di vino nel complesso hanno subito una flessione negli ultimi anni, con un calo del 5,2% delle vendite complessive anno su anno, mentre quelle di vino bianco sono diminuite del 3,4%. **Il vino bianco detiene attualmente circa il 29% del mercato e dal 2017 ha aumentato la sua quota di mercato di due punti percentuali.**

Come evidenzia Wine Searcher, la crescita della categoria dei vini bianchi sembra essere generalizzata e si intravedono alcuni segnali di un **processo di premiumisation**: il prezzo medio unitario è passato da 13,80 dollari nel 2017 a 15,40 dollari nel 2022. È interessante notare che le sottocategorie che crescono più rapidamente su Drizly sono varietà meno importanti come Niagara, Aligoté, Cayuga e Macabeo.

Evan Goldstein, sommelier e presidente di Full Circle Wine Solutions testimonia che **alcune regioni che un tempo**

producevano vino rosso, stanno dando spazio ad uve bianche: “Gli ultimi due viaggi che ho fatto nelle zone tradizionali del vino rosso – la Rioja, dove le vendite di vini bianchi sono raddoppiate negli ultimi 10 anni, e il Rodano meridionale e la Provenza, dove i vini bianchi erano molto richiesti – stanno espandendo la loro produzione di vini bianchi”. In effetti, i pilastri della Rioja, come la Famiglia Valdemar, El Coto de Rioja e Baron De Ley, stanno espandendo notevolmente la loro presenza nel mercato dei vini bianchi.

Dal 2014, **la produzione di vino bianco a Valdemar è aumentata del 64%**, afferma Jesús Martínez Bujanda, viticoltore di quinta generazione – aggiungendo che gli amanti del vino sono più legati ai vini bianchi “fermentati in botte e provenienti da una sola vigna”.

El Coto de Rioja e Barón de Ley, che operano entrambi sotto l’ombrello del Baron de Ley Grupo, gestiscono assieme circa 800 ettari di vigneti. A El Coto, circa il 25% della produzione è ora in bianco, mentre a Baron de Ley il bianco rappresenta circa il 10%, afferma il direttore export di El Coto, Sergio Soriano, aggiungendo che, **dal 2010, hanno triplicato le vendite di vini bianchi su tutta la linea.**

A Paso Robles in California, l’enologo Ryan Pease non avrebbe mai pensato di concentrarsi così tanto sui bianchi nella sua cantina, Paix Sur Terre: “Avevo previsto che i bianchi fossero una piccola parte del nostro programma, ma **ogni anno devo produrre il 20% in più per soddisfare la domanda.** La nostra produzione è ora composta per metà da vini bianchi e per metà da vini rossi. Gli stili freschi e brillanti prodotti in acciaio inossidabile sono molto richiesti. La gente si sta orientando verso vini a bassa gradazione alcolica, a basso intervento e asciutti”.

I vini bianchi, inoltre, sono “molto facili da gestire, poco costosi da produrre e veloci da commercializzare”, un’altra ragione per cui un numero maggiore di viticoltori potrebbe

rivolgersi alla produzione di vini bianchi.

Cambiano i desideri

Non è una novità che le persone consumino vini più giovani al giorno d'oggi: **l'idea di conservare il vino per decenni semplicemente non si adatta allo stile di vita della maggior parte delle persone, più mobile e che vive il momento.**

A volte ci vogliono anni prima che un vino riesca a entrare in contatto con il mercato. Rebeka Wineburg, enologa di Quintessa a Napa, racconta di aver lanciato il suo primo bianco nel 2006 e di essere rimasta sorpresa dalla risposta sempre più entusiasta degli ultimi anni. "Abbiamo sempre trovato un pubblico per il nostro Sauvignon Blanc Illumination, tra i professionisti del settore. Ma negli ultimi tre anni la domanda è aumentata in modo esponenziale, in quanto è **cresciuto il mercato dei vini bianchi caratterizzati da corpo e consistenza, ma anche freschezza**". L'Illumination rappresenta oggi il 25% delle vendite di Quintessa.

Accessibilità, versatilità e facilità di abbinamento

In regioni come Rías Baixas in Spagna, dove il 95% dei vigneti della DO è coltivato ad **Albariño** e il 4% è dedicato principalmente a bianchi come Caiño Blanco, Loureiro, Treixadura, Torrontes e Godello (il restante 1% è coltivato a rossi), le aziende vinicole stanno trovando un nuovo pubblico negli Stati Uniti. **L'anno scorso, le esportazioni verso gli Stati Uniti sono cresciute del 13,5% in valore**, raggiungendo i 18,9 milioni di dollari. Eva Minguez, direttrice marketing della DO, attribuisce la forza della crescita al profilo del vino. "Il nostro Albariño continua ad attirare i consumatori americani con il suo carattere fresco e fruttato", afferma Minguez. Ma quando conoscono questo profilo fresco e divertente, iniziano anche a scavare più a fondo.

I produttori del Nuovo e del Vecchio Mondo stanno scoprendo che **l'interesse crescente verso diete più varie e leggere sta**

spingendo il mercato verso i vini bianchi. “Credo che una delle principali cause dell’aumento dei vini bianchi fermi sia l’entusiasmo per l’abbinamento cibo-vino”, afferma Nicole Marchesi, enologa della Far Niente Winery di Oakville. “La gente sta diventando più creativa con gli abbinamenti e **il vino bianco è molto più accessibile e versatile per qualsiasi tipo di abbinamento**”.

La cucina globale e i piatti a base vegetale sono più facili da abbinare ai bianchi che ai rossi, afferma Alonso di Valdemar: “**La cucina asiatica si abbina molto bene ai vini bianchi. Anche i cibi vegani e vegetariani** sono più facili da abbinare ai vini bianchi”.

Ciò che manca al vino bianco in termini di tannini, è più che compensato in termini di consistenza e flessibilità. Inoltre, **sono più economici da produrre, più veloci da commercializzare e più facili da abbinare ai moderni stili di vita e preferenze alimentari.** La continua e rapida ascesa del vino bianco sembra, a ben guardare, inevitabile.