

Obiettivo export Cosa pensano gli importatori: Francia

IL FUTURO DEL VINO ITALIANO IN QUESTO AMBITO MERCATO È PROMETTENTE. SOPRATTUTTO GRAZIE AI VITIGNI AUTOCTONI E ALLA DIVERSITÀ DI SAPORI E TERROIR CHE LE NOSTRE PRODUZIONI POSSONO OFFRIRE. C'È PERÒ BISOGNO DI PIÙ EDUCAZIONE E INFORMAZIONE

di Filippo Magnani

Dal 1980 il consumo di vino in Francia diminuisce regolarmente, ma con un ritmo sempre più blando. Secondo un'inchiesta realizzata dalla Onivins e l'Inra tra il 1980 e il 2000, la quota dei consumatori regolari di vino (consumo giornaliero) è passata dal 47 al 28% della popolazione, con un aumento dei consumatori occasionali (1 o 2 volte a settimana) dal 30 al 40% della popolazione. I non-consumatori di vino sembrano essersi stabilizzati recentemente al 35%. Alcuni vini di gamma medio/alta, poi, come i bordolesi, sono stati vittime di un vero tracollo. Quello che da molti specialisti è considerato come il vino più prestigioso del mondo, ha infatti perso circa il 30% del suo valore negli ultimi anni.

Pur alla luce di questi dati, i francesi rimangono tuttavia tra i più grandi consumatori di vino nel mondo, con un pro capite annuo di 50,5 litri. Il mercato francese, che evolve sempre più verso i prodotti di livello e di prezzo medio/alto, è quindi certamente uno dei più appetibili e prestigiosi per il mondo vitivinicolo italiano. Per i vini italiani rimane però difficile affermarsi tra i consumi dei francesi, tradizionalmente legati ai prodotti nazionali.

Nel 2008, la Francia ha ridotto le sue importazioni di vino dall'Italia. Le quantità introdotte sul mercato - pari a 106.815 ettolitri - sono in effetti diminuite rispetto ai due esercizi precedenti. Nonostante ciò gli introiti italiani registrano un andamento positivo (+2,8%), in linea con quello dell'intero comparto import in generale, e sono pari a 85,721 milioni di euro.

Si può dedurre che le vendite italiane di vini di qualità in Francia sono pertanto in aumento.

Un'analisi più dettagliata rivela un forte aumento delle importazioni dall'Italia di vini di qualità, sia in valore (+38%) che in quantità (+65%). Per i vini da tavola l'andamento è analogo (+9,6% in valore, +24,3% in quantità). Il calo, e questo inve-



Ottime carte da giocare



Jean Emmanuel Simond

ce in modo costante nell'ultimo decennio, riguarda principalmente i vini sfusi.

Per capire e approfondire le dinamiche di mercato del vino in Francia, abbiamo intervistato JEAN EMMANUEL SIMOND, importatore-distributore di vini italiani nel Paese transalpino (www.oenotropie.com)

Come è iniziata la sua avventura con il vino italiano in Francia?

Tutto è avvenuto un po' per caso. Sono un grande estimatore di vini e ho sempre lavorato in questo settore; ho iniziato con un importatore statunitense a New York, poi, quando sono tornato in Francia, mi sentivo deluso di non trovare nessuno degli ottimi vini stranieri che avevo scoperto all'estero. In particolare, la selezione di vini italiani proposti in Francia non era di buona qualità e pensavo potesse essere migliorata. Molti dei più importanti produttori non erano presenti sul mercato francese, così ho deciso di provare a riempire questo gap commerciale.

A chi vende il vino italiano? Pensa che il successo del vino italiano in Francia negli ultimi anni sia dovuto al successo della ristorazione e della gastronomia?

Vendo i vini italiani essenzialmente ai ristoranti e alle enoteche, ma anche ad alcuni privati o collezionisti che mi contattano direttamente. Sicuramente il successo del-

la cucina e della gastronomia italiana permettono di ampliare anche l'interesse per i vini, ma credo che, in generale, la nuova generazione di consumatori francesi sia più curiosa, più aperta e alla ricerca di una qualità sempre maggiore.

Il vino italiano è venduto solamente nella regione parigina oppure in tutta la Francia?

Parigi resta il mercato principale, sebbene tutta la Francia cominci a manifestare interesse per questo prodotto, soprattutto le regioni prossime ai confini italiani, ma anche le grandi città (Nantes, Tolosa, Bordeaux, Lione...).

Secondo quali parametri acquista vino il consumatore francese? Rivestono importanza nella sua scelta le Doc o Docg italiane?

In generale il prezzo ha una grande importanza, ma vale molto anche il consiglio del venditore o del sommelier. La maggior parte dei francesi ignora ancora tutti i vitigni, le regioni o i disciplinari di produzione e non conosce assolutamente il sistema italiano di denominazione. Meno male che sono i vini francesi a essere complicati...

Quali sono le regioni italiane che si vendono di più?

La Toscana e il Piemonte sono molto richieste, sebbene sia in crescita l'interesse

LE IMPORTAZIONI DI VINO PER TIPOLOGIE DI PRODOTTI (MIO LITRI)

Categorie di prodotto	2007	2008	var. %
Vqprd	36,131	43,379	+ 20,1%
Vini da tavola	242,978	284,675	+17,2 %
Champagne	876	1,012	+15,5 %
Altri vini	258,782	249,403	-6,6 %
Totale	538,767	578,469	+7,4 %

LE IMPORTAZIONI DI VINO PER TIPOLOGIE DI PRODOTTI (MIO EURO)

Categorie di prodotto	2007	2008	var. %
Vqprd	133,653	120,389	-9,9 %
Vini da tavola	118,330	134,736	+13,9 %
Champagne	23,466	25,204	+7,4 %
Altri vini	274,822	285,340	+3,8 %
Totale	550,271	565,669	+2,8 %



PRINCIPALI PAESI FORNITORI DELLA FRANCIA (IN LITRI)

Paese	2006	2007	2008	Var. % 08/07
MONDO	538 177 371	538 766 850	578 468 622	+7,4
Spagna	235 777 933	252 872 961	324 732 222	+28,4
Italia	150 400 288	127 601 980	106 814 883	-16,3
Portogallo	45 985 115	52 348 475	54 554 337	+4,2
Cile	16 051 801	20 833 954	21 574 596	+3,6
Stati Uniti	10 083 157	12 167 682	12 615 961	+3,7
Sudafrica	8 668 945	8 341 166	10 108 645	+21,2
Australia	11 759 205	13 067 472	9 208 978	-29,5
Francia	6 341 209	5 345 089	5 937 356	+11,1
Marocco	6 239 993	6 426 647	4 680 834	-27,2
Argentina	2 157 502	2 656 048	3 470 792	+30,7



PRINCIPALI PAESI FORNITORI DELLA FRANCIA (IMPORTAZIONI IN MILIONI DI EURO)

Paese				Quota %			Var. % 08/07
	2006	2007	2008	2006	2007	2008	
MONDO	496,948	550,271	565,669	100	100	100	+2,8
Spagna	93,925	107,106	146,091	18,9	19,5	25,8	+36,4
Portogallo	102,278	111,071	107,535	20,6	20,2	19,0	-3,2
Italia	81,998	83,373	85,721	16,5	15,2	15,2	+2,8
Francia	70,592	82,249	59,896	14,2	14,9	10,6	-27,2
Stati Uniti	23,401	24,098	26,812	4,7	4,4	4,7	+11,3
Cile	19,902	19,806	23,289	4,0	3,6	4,1	+17,6
Regno Unito	20,120	26,525	15,403	4,1	4,8	2,7	-41,9
Australia	18,757	19,555	14,750	3,8	3,6	2,6	-24,6
Belgio	3,038	11,907	13,315	0,6	2,2	2,4	+11,8
Germania	12,129	13,616	12,484	2,4	2,5	2,2	-8,3
Sudafrica	9,384	9,557	12,254	1,9	1,7	2,2	+28,2



Fonte tabelle: Wta su dati dogane francesi, elaborazione Ice

sia per la Sicilia e la Campania. Dato che molti ristoratori italiani sono originari del Sud Italia, questi vini sono divenuti via, via più conosciuti.

Quanto si è disposti a pagare una bottiglia di vino italiano?

Il prezzo non è un problema se la qualità gli corrisponde. Se prezzi alti significano alta qualità i consumatori ne comprenderanno il valore e giustificheranno sempre ciò che spendono.

Potrebbe dare qualche consiglio ai produttori italiani per affrontare il mercato francese?

Valorizzare i vitigni autoctoni italiani, raccontare la storia delle vostre origini e rispondere agli inviti per venire in Francia a presentare i vostri vini. Nulla vale più dell'incontro tra i consumatori ed i professionisti che difendono e supportano i vini del Bel Paese.

Quale futuro per il vino italiano in Francia?

Il futuro è molto promettente perché l'Italia è, culturalmente e geograficamente, uno dei Paesi più vicini alla Francia, e i francesi, anche i più sciovinisti, ammettono che ci sono dei grandi vini in Italia. Detto questo bisogna però ammettere che essi non conoscono ancora molto, quindi c'è un grosso

lavoro in educazione e informazione da compiere. Ma nel momento in cui il mondo è saturo di vini ottenuti dai vari vitigni internazionali, una porzione sempre maggiore di amatori esigenti ricerca vini differenti, gusti nuovi ecc... L'Italia ha dunque delle ottime carte da giocare grazie ai propri vitigni autoctoni e alla sua diversità di sapori e terroir. L'appeal del vino italiano, di cui si pregiano sempre più ristorazione e gastronomia italiane in Francia, l'interesse di alcuni ristoranti parigini stellati e di lusso incuriositi dall'exploit dei premium wine di alto prezzo, la presenza di giornalisti del vino francesi nei press tour tematici e le politiche di partecipazione a fiere del vino come Vinexpo Bordeaux e Grand Tasting del Louvre di Parigi, possono essere le carte vincenti che hanno a disposizione le aziende italiane per affermarsi sull'ambito mercato francese.

SCAMBI ITALIA-FRANCIA

	Ettolitri			mio euro		
	2007	2008	var. %	2007	2008	var. %
ESPORTAZIONI						
Francia-Italia	31.431	25.821	-17,8 %	255,971	225,721	-11,8 %
IMPORTAZIONI						
Italia-Francia	127.602	106.815	-16,3%	83,373	85,721	+2,8 %
SALDO	-96.171	-80.994	-15,8%	172,598	140,000	-18,8 %

LIGHTWINE, UN'ESIGENZA CONCRETA

Secondo una ricerca di mercato condotta da Consumer intelligent per la Wine & spirits trade association, il consumatore sceglie sempre di più vini leggeri. Ne è la dimostrazione il calo del consumo di vini rossi, notoriamente più alcolici, che nell'agosto 2009 è stato valutato -4% rispetto agli anni precedenti. L'industria degli alcolici del Regno Unito, e in particolare quella vinicola, deve quindi valutare con concretezza la domanda di prodotti alcolicamente più leggeri. Per analizzare questi dati e concordare possibili strategie di intervento, in ottobre la Wsta ha riunito voci autorevoli dell'industria vinicola britannica sul tema "lightwine". Il punto di vista dei produttori è stato espresso dall'enologo David Stevens, autore dell'American journal of enology and viticulture, secondo cui la tecnologia moderna offre grande supporto al viticoltore e al winemaker nella produzione di vino con un basso contenuto alcolico. Tuttavia l'obiettivo di pretendere la qualità anche in questa categoria di vini deve essere vissuta come una sfida "seria" che inizia nel vigneto.

Stabilito che ogni settore dell'industria vinicola dovrà adoperarsi per proporre un'ampia e diversificata offerta di vini leggeri, la Wsta ha formalmente chiesto al governo di intercedere presso le autorità europee affinché cambino alcuni aspetti delle leggi che regolamentano la produzione di vini a basso contenuto alcolico. Jeremy Beadles, chief executive Wsta, ha confermato che in qualità di portavoce dell'industria sta collaborando sia con l'Oiv che con la Commissione europea, per dare via libera alle nuove tecnologie che consentiranno ai produttori una riduzione di alcol di più del 2% all'interno della banda volumetrica che l'attuale legge stabilisce da 8,5 a 15% (fatta eccezione per il Moscato e i vini tedeschi a livello QMP). *Elena Di Luigi*

scozia

UN DDL ALCOL PUNITIVO

In Scozia il governo ha pubblicato un disegno di legge, conosciuto come Alcohol bill, che mira a disciplinare la vendita delle bevande alcoliche controllandone il prezzo. Immediata la critica dalla Wsta che l'ha definito punitivo nei confronti dei consumatori scozzesi oltre che inutile agli effetti del controllo dell'abuso. Tale disegno di legge intende dare al governo il potere d'imporre prezzi minimi, ma non specifica il livello di detti prezzi, oltre a bandire qualsiasi forma di vendita promozionale in negozi e supermercati, cosa che, ad esempio, renderebbe illegali le offerte di tre bottiglie di vino al prezzo di due, particolarmente popolari di questi tempi. Inoltre, propone una nuova tassa definita come social responsibility levy, per gli esercizi che, vendendo alcolici, verrebbero a ridurre la propria responsabilità sociale, ma non ne stabilisce l'ammontare né tantomeno specifica come verrebbe imposta. *Bruno Roncarati*