

PAMBIANCO MAGAZINE

# WINE & FOOD

NUMERI, FATTI E PROTAGONISTI DEL VINO, DEL CIBO E DELLA RISTORAZIONE

**INTERVISTA/SCALISE**  
Distretto Bullona

**SCENARI**  
Borgogna, il freno  
dopo il boom

**TENDENZE**  
I listening bar  
animano le città

## SPIRITS ITALIANI IL BRAND È FORTE



Cover MARI KURODA



TERROIR E PRODUZIONE  
LIMITATA CONTINUANO AD  
ATTRARRE COLLEZIONISTI  
E WINELOVER, MA GLI  
OPERATORI CONFERMANO  
UN RALLENTAMENTO.  
CONSEGUENZA POSITIVA, UNA  
STABILIZZAZIONE DEI PREZZI  
DOPO IL BOOM.

# BORGOGNA IL FRENO DOPO IL BOOM

di *Giambattista Marchetto*

Storia, vitigni e terroir, ma anche e soprattutto nicchia con l'aura della rarità. Sono queste le parole-chiave che raccontano il successo dei vini di Borgogna nel mondo, dato che collezionisti e appassionati si sfidano nelle aste per le etichette più prestigiose. E anche in Italia non mancano i winelover che apprezzano i cru borgognotti - presenza costante nell'alta ristorazione e nelle enoteche di eccellenza - tanto che le importazioni nel 2024 si attestavano a 1,66 milioni di bottiglie (+7,4%), con una prevalenza di vini bianchi, sviluppando un volume d'affari pari a circa 27,4 milioni di euro (dati Bivb). Se dunque il successo della Borgogna nasce da una stratificazione di fattori, la storia è fondamentale secondo **Angélique de Lencquesaing**, co-fondatrice della piattaforma di aste online **Idealwine**. “La viticoltura in Borgogna ha una tradizione secolare – ricorda – che si è rafforzata con l'intervento dei monaci cistercensi e cluniacensi tra l'XI e XVI secolo”. L'introduzione della coltivazione parcellare, che nelle giuste condizioni poteva portare a vini eccellenti, ha generato la frammentazione in un mosaico di terroir che – secondo de Lencquesaing – “può disorientare ma al tempo stesso ha il potere di creare un effetto-rarità piuttosto forte”. Non esiste infatti una produzione di massa paragonabile a quella verso cui si è spinta l'area di Bordeaux. La Borgogna è un piccolo vigneto, appena un quarto della superficie bordolese, con parcelle

che producono poche migliaia di bottiglie, a volte gestite da più viticoltori con stili diversi. “Tutti questi fattori non fanno altro che creare un fenomeno di esclusività e rarità - aggiunge de Lencquesaing - soprattutto per i grand cru, la cui domanda è mondiale e l’offerta è estremamente limitata”. Senza contare la forte identità dei due vitigni della regione, che “corrispondono all’evoluzione del gusto dei consumatori”, spiega la specialista. “Il pinot nero, in particolare, regala vini non troppo potenti e tannici, ma dotati di delicatezza e tessitura ricercata oggi dagli appassionati e con un potenziale di invecchiamento immenso. Lo Chardonnay poi resta un modello internazionale: i viticoltori di Napa Valley o Nuova Zelanda, quando producono Chardonnay, guardano sempre alla Borgogna”.

### DOMANDA FRENATA DAI PREZZI

L’unicità del prodotto trova riscontro nei numeri. “I principali acquirenti sono francesi - spiega de Lencquesaing - anche se l’export è piuttosto importante. Quindici anni fa ci siamo resi conto che in Asia gradivano la delicatezza del pinot nero, mentre in America i clienti hanno una cultura del vino ben consolidata e cercano soprattutto le perle rare che non riescono a trovare nei canali di distribuzione più tradizionali”. In Italia l’impatto è oggi significativo. Per **Gruppo Meregalli**, la Borgogna rappresenta la seconda regione in ordine di importanza (dopo lo Champagne) e, includendo anche lo Chablis, la rilevanza aumenta. “Nel catalogo Visconti43 - rimarca il direttore generale **Corrado Mapelli** - è presente la più antica maison de négoce di Borgogna, **Maison Champy**, con una storia di oltre 300 anni” e l’offerta si completa con altri sette domaine (includendo lo Chablis). “Negli ultimi anni - specifica il DG - i prezzi dei Borgogna sono cresciuti in modo esponenziale. Tuttavia, il 2025 si sta rivelando un anno complesso, con un evidente calo del potere d’acquisto. Questo porterà probabilmente a un riallineamento dei prezzi. Per mantenere una buona rotazione del prodotto, sarà necessario tenere conto della capacità di spesa del consumatore”.

Anche **Sagna** - che porta in Italia il **Domaine Faiveley** - conferma numeri in costante crescita nell’ultima decade fino al 2023, arrivando a picchi di vendita importanti, per poi confrontarsi con un calo dovuto all’inflazione e instabilità del mercato. “I prezzi hanno visto

una crescita graduale - riferisce il direttore commerciale **Carlo Alberto Sagna** - ma dopo il boom oggi si assiste a una stabilizzazione, grazie a buone annate in vigneto e stock adeguati. C’è stato un lieve calo nei prezzi dei grand cru e per i premier cru, mentre i regionali guadagnano quote (+48,2 % volumi nel 2025). È plausibile prevedere un lieve ribasso con raccolti abbondanti, ma la domanda premium rimane solida”. Un quadro che trova conferma nelle parole di **Matteo Allegrini**, export & iconic wines manager di **Allegrini Wines**, che ha in portafoglio alcuni domaine di prestigio. “Nell’immediato post-Covid i prezzi sono cresciuti vertiginosamente - riferisce - ma oggi c’è una stabilità di cui si sentiva la necessità”. All’orizzonte non si vedono aumenti di prezzo per vini il cui sell-out è basso in questo momento, infatti “per le denominazioni premier e grand cru non prevedo un aumento della quota di mercato - aggiunge Allegrini



Dall’alto, le cantine di Domaine Henri Rebourseau, l’azienda presente da più tempo nel catalogo di Allegrini Wines, e i vigneti di Maison Trénel distribuita da Meregalli. In apertura, la tenuta di Les Grands Chais de France nell’area di Puligny-Montrachet

- mentre le denominazioni minori sono funzionali al lavoro al calice, ad oggi unico sfogo per tantissimi prodotti diversi. I produttori definiti 'iconici' saranno sempre richiesti, per tutto il resto dipende da quanto gli importatori saranno in grado di aprire nuove opportunità. Oggi bisogna crescere in numero di clienti e ripartire il rischio di un mercato sempre più imprevedibile”.

Sulla stessa linea d'onda **Romina Romano**, country manager Italia di **Les Grands Chais de France** - il colosso del vino francese che ha in portafoglio 350 ettari in Borgogna - osserva come in Italia l'interesse sia cresciuto soprattutto nell'Horeca di fascia alta e nelle enoteche specializzate. Se però la vendita di premier cru e grand cru rimane complessa, “soprattutto perché post-Covid in molte città italiane la ristorazione ha iniziato a moltiplicare per sei o sette i prezzi di vendita dei vini in carta”, una spinta decisiva - spiega - viene dalla bollicina locale: “il Crémant de Bourgogne sta vivendo un vero e proprio momento d'oro, grazie anche alla crisi strutturale dello champagne. Il Crémant offre infatti un'alternativa credibile, elegante e più accessibile, e sta conquistando quote importanti, anche nella grande distribuzione”.

### CONSUMATORI CONSAPEVOLI

Va detto che chi sceglie Borgogna non è un consumatore ordinario, tanto più che la capacità di valorizzare il singolo cru ha trasformato i vini in “artigianato di lusso”, per dirla come Romina

Romano. “Si tratta di appassionati ed esperti - precisa la manager - che conoscono bene la Borgogna, cercano specifici climat e annate, spesso per degustazioni private, e frequentano soprattutto enoteche e reti di vendita diretta”. “I consumatori sono generalmente più evoluti - spiega Mapelli di Meregalli - conoscono il vino, ne comprendono il valore e sono disposti a spendere di più per prodotti di qualità, eccellenza e (in molti casi) rarità”. Un target dunque fatto di “consumatori premium, attenti alla storia dei climat e alla qualità di etichette proposte soprattutto nell'alta ristorazione e nelle enoteche di prestigio”, conferma Sagna. Eppure oggi c'è prudenza. “La vendita degli Hospices de Beaune dello scorso anno - ricorda de Lencquesaing - ha dimostrato bene che, nonostante la rarità della produzione 2024 (40% di volume in meno rispetto al 2023), i prezzi medi hanno registrato un calo. Un segnale che i clienti non sono più disposti a pagare qualsiasi prezzo, persino per tenute legendarie come **La Romanée-Conti**”. Un ulteriore elemento è la volatilità della domanda, “oggi più erratica - spiega - dato che i clienti decidono di non acquistare vino per lunghi periodi e, di conseguenza, si verificano meno battaglie durante le aste”.

### NUOVE GENERAZIONI E TERRITORI ALTERNATIVI

Nonostante la complessità dello scenario, gli operatori vedono prospettive positive. “Tutti gli amanti di vino sognano vini di Borgogna in cantina - sottolinea de Lencquesaing - ma il sistema delle allocazioni rischia di non funzionare con le nuove generazioni. I giovani non hanno la pazienza di aspettare e andranno a cercare la stessa qualità altrove”. E oggi alle aste tirano i pinot noir da Alsazia, Jura o da Muscadet e Roussillon. E su questa propensione gioca Les Grands Chais de France, il cui obiettivo è “dare visibilità a denominazioni meno blasonate, ma estremamente interessanti come Savigny-lès-Beaune, Santenay o Rully”, conferma Romano. Mapelli insiste sull'importanza di mantenere una distribuzione capillare e prezzi equilibrati, perché il “consumatore evoluto continuerà a cercare eccellenza, ma sarà sempre più sensibile al valore reale del prodotto”, mentre per Sagna il futuro prossimo sarà caratterizzato da “una stabilizzazione dei volumi acquistati e un ritocco dei prezzi”.



Domaine Faiveley, importato in Italia da Sagna