

movimenti

# I consumatori americani hanno il passaporto vinicolo?

CHRISTY CANTERBURY  
MW  
@canterburywine  
christycanterbury.com

Secondo una leggenda metropolitana solo il 15% dei cittadini di nazionalità statunitense ha il passaporto. Un rapporto del 2012 a cura del Dipartimento di Stato americano smentisce tale cifra. Ma la percentuale resta bassa, e il dato è ancora più scoraggiante per chi, come me, viaggia a livello internazionale oltre sei mesi all'anno: solo il 35% di chi è nato in America possiede il passaporto. È abbastanza curioso come questo valore coincida quasi esattamente con quello dei consumatori americani di vini d'importazione. Tuttavia, se si prendono in considerazione le etichette che superano i 30 dollari, il dato aumenta notevolmente. **I vini di fascia alta rappresentano il 57% del volume delle bottiglie importate, e questo sebbene il dollaro stia soffrendo e sia in perdita.**

Un amico, qualche tempo fa, mi ha fatto notare come negli Stati Uniti si possa coltivare praticamente di tutto, tanto sono vari il paesaggio, il clima e la geografia. Per restare in tema vinicolo, **oggi tutti i 50 Stati vantano una produzione enologica e si possono confrontare.** Intendiamoci, non tutti fanno vino da viti allevate localmente. Alcune aziende si dedicano alla creazione di bevande alcoliche ottenute dalla fermentazione di altri frutti e molte Cantine lavorano uva o succo d'uva proveniente da zone lontane, a volte persino da Stati diversi. Eppure, negli Usa la viticoltura è assai fiorente. Non c'è che dire, ce n'è davvero per tutti i gusti!

**I consumatori statunitensi apprezzano le etichette di numerosi Paesi vinicoli, ma le cinque nazioni più amate sono l'Italia, la Francia, l'Australia** (nonostante per molti anni si sia assistito a un crollo delle vendite), **l'Argentina e il Cile.** L'Italia e la Francia, come sempre, si battono per il primo posto, e attualmente è l'Italia a guidare la classifica, grazie probabilmente all'impennata delle vendite di Moscato e all'ascesa fenomenale del Prosecco.

Piuttosto interessanti, anche i trend dell'Argentina e della Nuova Zelanda, che segnano entrambe punti di crescita. Gli Stati Uniti costituiscono il più grande mercato di esportazione per l'Argentina, che ha raggiunto uno straordinario successo con il suo amatissimo Malbec, apprezzato non solo per la sua piacevolezza di gusto (per certi aspetti simile al Merlot, devo osservare), ma anche per il suo prezzo generalmente contenuto. Al contrario, i vini della Nuova Zelanda sono costosi. Certo, non mancano prodotti di valore, ma la maggioranza delle bottiglie neozelandesi destinate agli Stati Uniti parte di norma dai 13,99 dollari in su. In un mercato globale come quello americano, queste varietà estere di cui si è parlato non sono certo considerate strane, e tuttavia non hanno ancora conquistato lo scettro delle tipologie più vendute. **A regnare sugli scambi al dettaglio restano i grandi classici di tutti i tempi. Gli americani amano fedelmente i loro Chardonnay, Cabernet Sauvignon, Pinot grigio e Merlot. Detto ciò, il Pinot noir rimane il più richiesto nei ristoranti.**

Tuttavia, proprio i ristoranti stanno ancora lavorando per imporre ai loro ospiti cifre più considerevoli per i loro vini in carta. Mentre i locali di lusso si sentono sollevati in questa fase di postcrisi globale, le catene di ristorazione più diffuse (sia quelle più raffinate sia quelle ordinarie) fanno ancora fatica. Ovviamente quando le bottiglie sono stappate - o svitate - più spesso si tratta di vino made in the Usa. **Se i commensali americani più esperti accolgono di buon grado i prodotti tipici locali, la maggioranza evita le etichette del posto per salvare la trinità degli Stati della West Coast: California, Oregon e Washington.** E mentre la maggior parte di queste regioni continua a produrre vino con lo stesso stile da un decennio o giù di lì, alcune Cantine hanno cominciato a giocare su due fronti.

Questa scelta è stata in parte imposta da madre natura, che ha riservato ai viticoltori della West Coast due annate gelide, le più fredde mai registrate. Le vendemmie 2010 e 2011 sono state strazianti. Poi però – sarà che il tempo si è addolcito un po', sarà che le preghiere dei vigneron sono state esaudite, o entrambe le cose – le raccolte hanno consegnato un frutto sorprendente. Mentre molti distributori americani si sono rifiutati di prendere in carico queste annate, le mie degustazioni assicurano che si tratta di alcune tra le migliori degli ultimi due decenni. Nasce un curioso contrasto tra le percezioni della qualità e quelli che si pensa debbano essere i gusti del consumatore.

Singolarmente, alcuni produttori si sono resi conto che non amano più i propri vini. Si sono quindi messi alla ricerca di luoghi più freschi e stanno provando a farne alcuni con una gradazione alcolica inferiore, con un estratto più basso, limitando l'uso del legno. Mi complimento per questi sforzi, ma sono anche consapevole che siamo di fronte a un work in progress. Molti vigneron hanno capovolto la clessidra, ma non hanno ancora trovato un equilibrio in questo loro cambio di rotta radicale. Le aziende statunitensi continuano a reinventarsi in modi sempre diversi, e il packaging è uno di questi. I tappi a vite non sono più un tabù, almeno non nei mercati delle grandi città, mentre in quelli delle supermetropoli come New York, San Francisco e Seattle sta prendendo piede il vino in fusti. Ma non tutti hanno intenzione di star dietro alla casualità altalenante del packaging vinicolo. I grandi sommelier dei migliori ristoranti hanno iniziato a servire al calice vini imbottigliati in versione Magnum, doppio Magnum e altri formati ancora maggiori. A ben guardare, un passaporto non è necessariamente garanzia di un viaggio piacevole e ormai si possono vivere esperienze interessanti anche restandosene comodamente a casa.

Ma dovunque, **negli Stati Uniti, le bottiglie si stanno muovendo... e in molte direzioni diverse.**

---

**WASHINGTON**  
 produzione in vol. sul  
 totale di quella  
 americana 4%  
 varietà più importanti:  
 • Cabernet Sauvignon  
 • Merlot

**IDAHO**  
 varietà più importanti:  
 • Riesling

**OREGON**  
 produzione in vol.  
 sul totale di quella  
 americana 1%  
 varietà più importanti:  
 • Pinot nero  
 • Pinot grigio

**CALIFORNIA**  
 produzione in vol. sul totale  
 di quella americana 89%  
 varietà più importanti:  
 • Chardonnay  
 • Cabernet Sauvignon

**ARIZONA**  
 varietà più importanti:  
 • Tempranillo  
 • Vermentino

**COLORADO**  
 varietà più importanti:  
 • Syrah  
 • Merlot  
 • Gewürztraminer  
 • Cabernet Franc

**produzione:** il 2% mancante sul totale  
 è distribuito negli altri stati.





## STATI UNITI D'AMERICA

Sono indicati alcuni dati riepilogativi contenuti in questo inside  
 Fonte: Wines e Vines



IL MERCATO

## Una rapida evoluzione

*Christy Canterbury, Master of Wine ci aiuta a comprendere le dinamiche interne del mercato statunitense › Luigi Pelliccia ci mostra la nostra posizione e spiega come siamo visti Oltreoceano › Giancarlo Voglino con Marina Nedic spiegano le strategie per avvicinare il consumatore Usa*



**CHRISTY CANTERBURY**  
MW

Il Vaticano è lo Stato con il più alto consumo di vino pro capite al mondo (e, personalmente, non sono convinta che si tratti di vino destinato per la maggior parte al rito della messa). Gli Stati Uniti si fermano molto più indietro in classifica: occupano la 62<sup>a</sup> posizione. Tuttavia, se prendiamo in considerazione tutta una serie di altri numeri, gli Usa costituiscono un mercato assai vivace, che oggi consuma più vino della Francia, l'ex capofila a livello internazionale. Attualmente, negli States il dato mostra solo un piccolo rialzo, ma questa non è una novità. Per 21 anni consecutivi, la crescita è stata di almeno due

punti percentuali all'anno. L'ondata è iniziata quando, durante un popolare programma televisivo della domenica sera, "Sessanta Minuti", è stato illustrato il cosiddetto "paradosso francese" (la Francia utilizza una quantità incredibile di grassi saturi, ma grazie all'enorme diffusione di vino l'incidenza di malattie cardiache risulta bassa).

Vale la pena, tuttavia, di scavare più a fondo. Gli Stati Uniti hanno una popolazione più numerosa della Francia (314 milioni contro 66) e verrebbe quindi da pensare che in America ci siano più bevitori. Tuttavia, un terzo dei consumatori potenziali (l'età minima legale

per bere alcolici è di 21 anni, contro i 18 della Francia), non tocca bicchiere. Ancora una volta, però, la maggiore densità di popolazione gioca a favore degli Stati Uniti: bevono vino poco più di 100 milioni di persone.

Da un'altra ricerca è emerso che il 56% dei bevitori statunitensi si concede un bicchiere almeno una volta alla settimana. Gli altri si permettono un bicchiere solo raramente, soprattutto nelle occasioni speciali. Di norma, il consumatore abituale non è restio a bere qualche goccia in più. La maggior parte del vino viene acquistato nei negozi di alimentari, al pari di un articolo di genere alimentare, dalle donne. Nonostante il grande fenomeno dell'acquisto online, secondo il sito Wine.com solo l'1,5% delle vendite di vino negli Stati Uniti è legato a internet: Nielsen afferma che gli acquisti via web costituiscono circa il 5,9% del totale. Qualunque sia il numero più vicino alla realtà, si tratta comunque di una piccola fetta della torta

del commercio al dettaglio. Le donne non sono solo i maggiori acquirenti ma anche le maggiori consumatrici, anche se per poco. Secondo Wine Opinions, producono due punti percentuali. Le signore tendono a comprare vini tra i 9 e 15 dollari. Quando si tratta di bottiglie più costose, invece, non c'è gara: sono gli uomini spendere per la maggior parte delle etichette premium.

Ovviamente, i più ricchi pagano di più. Si tratta dei "babyboomers", che ormai hanno tra i 50 e i 68 anni, seguiti dai "millennials", di età compresa tra 21 e i 36. Si è discusso molto circa l'attitudine dei millennials al vino. Tuttavia, è importante tenere presente che questi giovani sono ugualmente interessati anche ad altre tipologie, dalla birra al sidro fino ai liquori e ai cocktail.

Indipendentemente dall'età e dal Paese in cui vive, il wine lover statunitense è investito da una serie di input digitali. Una ricerca approfondita a cura di Constellation Brands spiega che l'80%

dei bevitori americani utilizza Facebook e che il vino è il terzo argomento più popolare su Pinterest.

A prescindere da dove lo compri, quanto gli costi, quanto impari e ne parli sul web, il consumatore americano guida le classifiche dei consumi. Resto sorpreso dal fatto che così tanti produttori scommettano sulla Cina. Il consumo vinicolo cinese rimane basso, mentre la sua produzione nazionale aumenta, quindi è presumibile che in futuro i cinesi beranno più etichette locali. Per ora, gli Stati Uniti sono dove sono ... nonostante 78 milioni di adulti non bevano alcolici e 50 siano interessati solo alla birra o ai liquori. Molta terra resta ancora da conquistare.

## La corsa del vino italiano continua

**LUIGI PELLICIA**

Sul mercato americano, il 2014 è cominciato sotto buoni auspici per i nostri vini. A dirla tutta, l'esordio di gennaio aveva registrato un passo falso, con un -5,7% sullo stesso mese del 2013. Ma sul primo bimestre la rotta si è subito raddrizzata, con un consuntivo d'export di 165,1 milioni di euro e un +3% rispetto a gennaio-febbraio 2013. In quantità, il periodo segna invece una contrazione, con una soglia di 446 mila ettolitri, che significano un -4,4% sugli stessi mesi dell'anno scorso. Ne esce un apprezzamento medio unitario analogo a quello del 2013, quando il +7,2% in valore si confrontò con un +0,6% in quantità.

La correzione di rotta si deve a un mese di febbraio che ha fatto raggiungere la quota export di 95 milioni di euro, con un robusto +11,4% sul febbraio 2013. Si tratta di un bel passo, che fa sperare in un "effetto-scia" positivo per il prosieguo dell'anno e in una conferma, quanto meno, dello slancio espansivo del 2013. Ma c'è di più: gli Stati Uniti sono in fuga. Nei primi mesi del 2014 hanno lasciato al palo il secondo sbocco storico del nostro vino, la Germania. Il mercato tedesco, infatti, si sta muovendo male. Le variazioni in valore dell'export sono state pesanti. Nel bimestre la quota esportata in Germania si è fermata a 146,1 milio-

ni, con un -9,1% sullo stesso periodo del 2013. La forbice tra le percentuali export dei due paesi sale così al 13%, triplicando il differenziale di 4 punti evidenziato dai consuntivi 2013. Certo, è ancora presto per trarre previsioni affidabili sul trend di fondo del 2014. Ma la fuga americana che si sta profilando potrebbe prendere corpo ancora maggiore in prospettiva ove, come si spera, andrà presto a buon fine il negoziato in corso UE-USA di libero scambio. L'ulteriore spinta complessiva che potrebbe venirne per il vino e per tutto il "food and drink" nazionale sarebbe molto importante, e darebbero un aiuto prezioso a un'indu-