

Il mercato dello Champagne, osservato attraverso il prisma delle aste internazionali di iDealwine, continua a rappresentare un barometro privilegiato per comprendere l'evoluzione della domanda globale di uno dei principali vini da collezione. Nel 2024 la regione si è distinta come quarta in valore e quinta in volume, con una crescita dei volumi aggiudicati del +38%: oltre 12.600 bottiglie battute all'asta, per un totale che corrisponde al 5,6% del giro d'affari complessivo delle aggiudicazioni sul portale transalpino. Dati che confermano l'attrattiva intatta delle bollicine più celebri al mondo, nonostante un contesto generale caratterizzato da un rallentamento delle spedizioni.

Il peso della firma

Il 2024 ha segnato il ritorno in forza delle grandi Maison: 13 etichette di peso sono rientrate nel palmarès dei 20 Champagne più ricercati, a testimonianza di una rinnovata fiducia del collezionismo internazionale nei confronti dei marchi storici. Non sorprende, dunque, trovare Dom Pérignon al secondo posto della graduatoria, con prezzi sostanzialmente stabili nonostante il calo dei volumi per questa icona (-18%), oppure la progressione di Louis Roederer, che grazie alla spinta della cuvée Cristal ha

scalato la classifica fino alla terza piazza (+61% in volume). A brillare c'è anche Salon, capace di affermarsi al quarto posto pur con sole 111 bottiglie aggiudicate, grazie a un prezzo medio superiore ai 1.100 euro. Il gruppo LVMH conferma la sua forza, con cinque etichette nella Top 20: Dom Pérignon, Krug, Ruinart, Veuve Clicquot e Moët & Chandon. Ma a primeggiare non è stata nessuna tra le Maison più note al grande pubblico, bensì un Vigneron: Anselme Selosse ha, infatti, confermato il primato come riferimento assoluto della Champagne d'autore.

Le sorprese 2024

Tra le sorprese 2024, si segnala il forte dinamismo, con volumi in crescita del 29% e un piazzamento in Top 20, per gli Champagne Bollinger. Pochi cambiamenti, invece, tra i sette Vigneron in classifica, quasi tutti già presenti l'anno precedente: detto di Selosse in vetta, Cédric Bouchard conferma la sesta piazza, mentre Pierre Peters registra un incremento significativo dei volumi: +58% con 110 bottiglie. Da segnalare anche l'ingresso di Marie-Noëlle Ledru, con 150 bottiglie aggiudicate nel 2024: un risultato notevole per etichette di nicchia, frutto dei suoi rinomati Pinot Noir di Ambonnay, mentre la produttrice sta ritirandosi dall'atti-

vità. Un'attrattiva crescente, quella verso i Vigneron dagli approcci produttivi originali e identitari, come confermano la presenza in Top 20 di Ulysse Collin e Romain Hénin, ma anche le posizioni di alto profilo ormai raggiunte da figure come Emmanuel Brochet, Aurélien Lurquin, Jérôme Prévost - La Closerie, Jérôme Savart ed Élise Bougy.

Prezzi in assestamento, annate iconiche

Se il 2023 era stato l'anno dei record, il 2024 ha visto un assestamento dei prezzi: le etichette più rare hanno registrato aggiudicazioni elevate, ma più contenute rispetto ai picchi precedenti. Il Clos du Mesnil di Krug 1988 ha toccato quota 2.500 euro, contro gli oltre 4.000 euro dell'annata 1979 battuta nel 2023, mentre l'Extra-Brut di Selosse 2008 si è fermato a 2.250 euro e la cuvée S di Salon, sempre frutto della stessa vendemmia, a 2.000 euro. Il 2008 si conferma così tra le annate icona più richieste, presente anche con la cuvée Vieilles Vignes Françaises di Bollinger (1.688 euro) e il Grand Côtés Ambonnay Vieilles Vignes di Egly-Ouriet (713 euro). Restano molto ricercati anche i vini del 2002, rappresentati da Les Chétillons Oenothèque di Pierre Peters (750 euro) e Argonne di Henri Giraud (625 euro). Non mancano millesimi più datati, come il Dom Ruinart 1973 (625 euro) e il Comtes de Champagne 1976 di Taittinger (550 euro), a ribadire la capacità degli Champagne di lungo invecchiamento di mantenere fascino e valore. Solo due annate recenti entrano in classifica - La Closerie d'un Iota 2016 di Jérôme Prévost e Les Traverses 2017 di Aurélien Lurquin - entrambe espressioni naturali, segno della crescente attenzione verso questo tipo d'interpretazioni. Interessante anche la presenza, seppur limitata, di tre Champagne non millesimati, due dei quali firmati da Vigneron come Cédric Bouchard e Ulysse Collin, a testimonianza di un ampliamento delle sensibilità del mercato. Accanto a loro, le grandi cuvée storiche confermano nondimeno il loro prestigio: Winston Churchill di Pol Roger, Elisabeth Salmon di Billecart-Salmon e Clos des Goisses di Philipponnat restano tra le etichette più apprezzate.

I segnali del 2025: l'ascesa dei Vigneron

Se il 2024 ha consacrato il ritorno dei grandi nomi, i primi segnali del 2025 indicano un movimento in atto sul fronte dei piccoli produttori naturali e biodinamici, sempre più presenti nelle "più belle aggiudicazioni" mese dopo mese. Se Selosse continua a rappresentare il faro guida per la categoria di produttori, altri Vigneron si stanno dimostrando firme in ascesa, consolidando quanto già di buono fatto nel 2024, in termini di prezzi e posizionamento in classifica: vedi Cédric Bouchard, Egly-Ouriet, Emmanuel Brochet, Marie-Noëlle Ledru o Ulysse Collin. La presenza costante di questi nomi nelle aste 2025 conferma che lo spazio riservato ai piccoli produttori indipendenti non è una moda passeggera, bensì una componente strutturale del mercato.

Un doppio binario di crescita: le implicazioni

Il quadro che si delinea è quello di una Champagne a doppia velocità: da un lato, le Maison storiche, forti di volumi e notorietà planetaria, che continuano a catalizzare l'attenzione dei compratori internazionali e a garantire valori solidi all'asta. Dall'altro, un gruppo ristretto di Vigneron d'autore, spesso legati a pratiche naturali in vigna e cantina, che si stanno affermando sempre più come vere e proprie etichette di culto. La coesistenza di questi due poli attrattivi non appare contraddittoria, bensì complementare: i collezionisti diversificano i propri investimenti, alternando icone consolidate a bottiglie rare e sperimentali. Il messaggio risulta, dunque, chiaro: se permane la centralità dei grandi marchi, cresce l'interesse per i Vigneron, sostenuto da un pubblico di conoscitori che ricerca autenticità, unicità e valori anche sotto il profilo delle pratiche in vigna.



DI MATTEO BORRÈ

Champagne, il doppio volto del collezionismo

Tra Maison iconiche e Vigneron emergenti,
cosa raccontano le aste iDealwine





Lo Champagne in Italia: prospettive e tendenze

Tredici protagonisti della distribuzione Horeca a confronto
sul primo semestre 2025 e i trend del momento

DI MATTEO BORRÈ E ROBERTA RANCATI

Lo Champagne riparte in Italia da 8,4 milioni: è questo il numero di bottiglie delle spedizioni totali nel Belpaese nel 2024. Un dato, quello fatto segnare al 31 dicembre scorso, che ha valso la quinta piazza tra i mercati di riferimento per volumi della bollicina francese, dietro Stati Uniti, Regno Unito, Giappone e Germania. Per giro d'affari, pari a 235 milioni di euro, quello italiano è, invece, il quarto Paese per l'export di Champagne: ma anche sotto questo profilo, rispetto a quella che è stata la "sbornia" del post-Covid, l'andamento si mostra in calo. Già, perché rispetto ai 12 mesi precedenti, lo scorso anno lo Champagne ha compiuto un passo indietro nel Belpaese, in una parabola che ha riportato le lancette sulle cifre 2019, quando le bottiglie spedite in Italia erano state 8,3 milioni. Un dato, quest'ultimo, attorno al quale si sta ricostruendo la "nuova normalità" dello Champagne sul mercato tricolore. Ripercorrendo, infatti, i valori in sequenza, nell'ultimo decennio si è assistito a una crescita progressiva in Italia dalle 6,6 milioni di bottiglie del 2016, passando per le 7,4

del 2017 e 2018, fino alle 8,3 del 2019. Poi, il temporaneo stop legato al Covid, con 6,9 milioni di bottiglie nel 2020, prima del rimbalzo che ha condotto ai massimi delle 9,2 e poi 10,6 milioni di bottiglie del 2021 e 2022, preludio all'inizio di una nuova discesa con le 9,9 milioni del 2023. Oggi, il nuovo assestamento nei volumi si specchia in valori che sono passati da un giro d'affari di 139 milioni di euro nel 2016 ai 152 del 2017, 159 del 2018, 180 del 2019, prima delle successive montagne russe inaugurate dai 147 milioni di euro dell'annus horribilis, cui ha fatto seguito il biennio d'oro con i 200 e 248 milioni nel 2021 e 2022, fino al picco dei 266 milioni del 2023. E ora, quale futuro attende l'universo dello Champagne? Una prima fotografia la regalano i numeri della prima metà del 2025, dove le spedizioni hanno raggiunto le 105,4 milioni di bottiglie, con volumi in calo dell'1,2% rispetto allo stesso periodo del 2024, quando erano state 106,6 milioni (fonte: Cive). Con un'importante nota bene: se la Francia, che rappresenta il 38,9% dei volumi, ha registrato un calo del 5,2%, l'export, che vale il 61,1%, è segnalato in leggera ripresa (+1,6%), probabilmente per via di una serie di operazioni di stoccaggio negli Stati Uniti ad anticipare l'imposizione dei dazi Usa. E l'Italia? "L'andamento dello Champagne in Italia nei primi sei mesi del 2025 ha seguito quelli che sono stati i trend 2024, con un mercato in leggera contrazione: in primis per le Cuvée de Prestige, ma anche per le reference en-

try level", spiega **Luca Cuzziol**, amministratore unico di Cuzziol Grandivini e presidente di Excellence SIDI, Società Italiana Distributori e Importatori. "L'Osservatorio Excellence SIDI monitora esclusivamente quello che è il contesto Horeca e l'elaborazione dei dati evidenzia come con la fine dell'estate, già dal mese di ottobre, si possa auspicare un parziale recupero. È attesa, infatti, una generalizzata ripresa del mercato: nonostante l'instabilità generata dal contesto geopolitico ed economico attuale non rappresenti il miglior viatico, la dinamicità segnalata in questo ultimo periodo fa ben presagire per il finale d'anno". In questo contesto, le tendenze si dimostrano instabili esattamente come l'attuale bilancio economico. "Quando il mercato non si sviluppa con fluidità sorgono situazioni che tendono ad accavallarsi l'una sull'altra", sottolinea Luca Cuzziol, "di conseguenza, da un lato si assiste a un leggero ridimensionamento del grande interesse registrato in questi ultimi anni verso i piccoli produttori, dall'altra si osserva una leggera contrazione per i brand di fascia medio-alta, con diverse aziende tra i volti più rinomati che hanno promosso una serie di azioni commerciali che in passato non avevano mai attuato. Con la fine del 2025 ritengo che arriveremo ad avere un quadro più preciso sullo stato dell'arte dello Champagne in Italia, dopo cinque anni post-Covid di continui alti e bassi, liberandoci da quella coda di rimbalzo del 2021-2022 che di fatto ha drogato, falsandoli, i dati e il perimetro dei consumi reali".

Lo Champagne in Italia nel 2025: distributori a confronto

La temperatura del mercato dello Champagne in Italia la misuriamo anche registrando le voci dei principali importatori e distributori, che così fotografano gli andamenti nel Belpaese.

"I primi nove mesi del 2025 vedono un rallentamento generale del mercato degli Champagne, malgrado gli italiani amino molto le bollicine", evidenzia **Valentina Ursic**, direttore marketing Rinaldi 1957. "Come già confermato lo scorso anno, lo Champagne ha vissuto una golden age nell'ultimo quinquennio. Dal 2024, si è tornati a una fase di normalità. Interessanti le vendite degli Champagne prodotti da piccoli Vigneron, che stanno erodendo parte delle quote di mercato delle Maison più blasonate. Queste ultime vengono scelte soprattutto nelle occasioni di festa, celebrazione o come regalistica, mentre gli Champagne ancora poco conosciuti sono più facilmente stappati per un pasto speciale, complici il prezzo accessibile e il desiderio di scoprire qualcosa di nuovo. Sono in crescita i consumi dei millesimati e degli Extra Brut. Sempre più amano gli Champagne vibranti, verticali e trasversali, con ottima mineralità e acidità: in sintesi, meno morbidi e gourmandier rispetto a un tempo".

Corrado Mapelli, direttore generale Gruppo Mergalli, amplia gli orizzonti del ragionamento: "Il mercato in questo 2025 è generalmente prudente; e lo è un po' per tutte le tipologie, Champagne inclusi. I brand che hanno effettuato scelte ponderate negli anni non evidenziano situazioni particolarmente significative: in questi momenti, coerenza, identità e rispetto del consumatore sono un importante vantaggio competitivo". A proposito delle tendenze del momento, Corrado Mapelli spiega: "Non evidenziamo un trend specifico, per tipologie e/o metodologie produttive, ma certamente un'attenzione da parte del consumatore verso una riconoscibilità costruita sui valori sopra esplicitati".

Alessandro Sarzi Amadè, titolare di Sarzi Amadè con la sorella Claudia e il padre Nicola, sottolinea: "Sicuramente la situazione socioeconomica attuale sta influenzando il consumo di Champagne, che dobbiamo considerare rallentato rispetto a un paio d'anni fa. Questo se ci riferiamo al periodo post Covid che ha portato ad una grande euforia sui mercati ed ha influenzato notevolmente le vendite di questo vino. Se, invece, ci riferiamo agli anni precedenti, possiamo vedere come si tratti di un semplice riallineamento ai consumi tradizionali". In merito ai trend, "continuiamo a riscontrare molta attenzione per le cuvée parcellari, i millesimati e le cuvée speciali", riprende Alessandro Sarzi Amadè. "In sostanza, una nuova conferma di come l'Italia sia un mercato di Champagne di grande qualità".

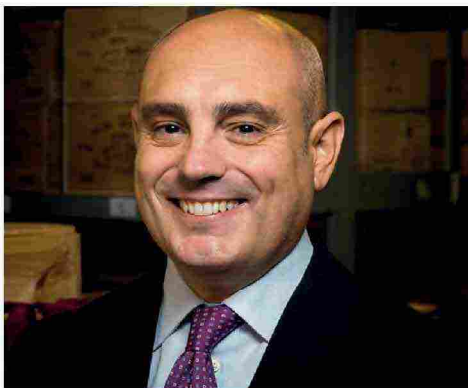
"Per quanto riguarda le vendite sono stabili e siamo ottimisti per la conclusione di questo 2025, nonostante la situazione geopolitica internazionale non aiuti i consumi di beni voluttuari", rivela **Pietro Pellegrini**, presidente e direttore commerciale Pellegrini S.p.A., realtà che in portfolio non importa Maison di grandi volumi, ma pic-



Luca Cuzzoli



Corrado Mapelli



Alessandro Sarzi Amadè

coli e medi produttori di diverse aree della Champagne. "Pur non distribuendo Champagne da prezzo, osserviamo uno spostamento della domanda verso cuvée meno costose. Il sempre maggior interesse e, di conseguenza, la sempre miglior conoscenza da parte dei consumatori appassionati premia in particolare produttori fortemente identitari e con uno stile ben preciso".

"Nel 2025 per noi di Premium Wine Selection lo Champagne è stabile a livello di volumi, ma con un cambiamento nell'assortimento con incrementi delle cuvée base a sfavore delle Cuvée de Prestige e dei millesimati", conferma **Luigi Piacentini**, presidente dell'azienda di distribuzione e importazione con sede in Valpolicella.

"Tra i trend che si vanno segnalando, osserviamo una sempre più spiccata predisposizione del mercato all'importazione di piccoli Vigneron e, a volte, anche di private label".

Carlo Alberto Sagna, direttore commerciale di Sagna S.p.A., traccia così lo stato dell'arte dello Champagne in Italia nei primi mesi del 2025: "Dopo una partenza timida a inizio anno, abbiamo assistito a una graduale ripresa che di fatto ci riporta alla normalizzazione dei consumi del periodo pre-Covid. Questo conferma come la parentesi euforica – crediamo più di acquisti che di consumi effettivi che hanno portato ad un accumulo

di stock – del post pandemia sia stata definitivamente superata. Tuttavia, emergono alcuni fenomeni interessanti: gli Champagne Sans Année, nel nostro caso il Collection Louis Roederer, si confermano come una garanzia di qualità e costanza qualitativa nel tempo premiata con un segno più rispetto lo scorso anno in termini di volume. Al contrario, sono le Cuvée de Prestige a mostrare una flessione nelle vendite". Tra le dinamiche a definire il mercato, "negli ultimi anni abbiamo assistito a una crescita delle cuvée Pas Dosé o a basso dosaggio: inizialmente una moda, oggi un vero e proprio segmento che rappresenta circa il 7% del mercato", continua Carlo Alberto Sagna. "Lo stesso discorso vale per i piccoli Vigneron, ormai ben presenti in Italia: non sottraggono quote alle grandi Maison classiche, ma entrano in competizione tra loro. Gli Champagne non millesimati

restano il cuore del business, con un lieve incremento nella domanda di Rosé. Con l'ampia gamma di Roederer siamo in grado di coprire tutte le tipologie, in un quadro che mostra una tendenza chiara verso dosaggi sempre più contenuti". Va ancora più in profondità l'analisi di **Alessandro Rossi**, National Category Manager Wine di Partesa: "Se guardiamo al 2025, almeno fino

ad oggi, lo Champagne in Italia vive una fase di contraddizioni. Da un lato resta un simbolo di prestigio, un prodotto che mantiene un ruolo chiave nelle grandi occasioni e che conserva un fascino intatto per una parte di consumatori. Dall'altro, i numeri ci dicono che

I volumi sono in calo con una flessione intorno al 15% rispetto all'anno precedente, e un valore che, pur restando molto alto, ha comunque perso terreno. Le ragioni sono diverse, a iniziare dalla pressione economica: il consumatore medio è più attento al prezzo e tende a riservare lo Champagne solo alle ricorrenze davvero speciali; se regge ancora il by the glass, la bottiglia sta soffrendo molto. A questo si aggiunge la concorrenza sempre più forte degli spumanti italiani Metodo Classico – dal Franciacorta al Trento Doc senza dimenticarci l'Alta Langa –, che hanno saputo presidiare fasce di consumo quotidiano con un rapporto tra qualità e prezzo spesso più accessibile. Il mercato quindi si polarizza: soffrono le etichette d'ingresso, mentre tengono meglio le cuvée de prestige, le grandi annate, i marchi iconici capaci di raccontare una storia. Sicuramente lo Champagne in Italia nel 2025 non perde la sua aura, ma si ritrova a dover difendere posizioni in un contesto competitivo più difficile. Chi vorrà crescere dovrà andare oltre l'immagine del lusso tout court, e trovare nuove chiavi di racconto capaci di parlare a un consumatore che beve meno, ma vuole bere meglio. Sulle tendenze che si stanno sviluppando per lo Champagne in Italia, Alessandro Rossi evidenzia: "Il mercato non si muove più solo attorno ai grandi marchi e alle cuvée classiche, ma si arricchisce di sfumature nuove. È un segnale forte che ci dice quanto lo Champagne stia cambiando, rimanendo fedele a sé stesso ma aprendosi a nuove forme di interpretazione". Tra i trend che si segnalano, "un aspetto che caratterizza i consumi nel 2025 è ancora la crescita delle piccole Maison come importazione sul territorio italiano", prosegue il National Category Manager Wine di Partesa. "Fino a qualche anno fa erano percepite come realtà di nicchia, oggi invece hanno conquistato uno spazio reale nel mercato e tecnicamente sono diventate più affidabili: il consumatore cerca sempre più autenticità, unicità, e spesso trova proprio in queste etichette una storia diversa da raccontare. È un fenomeno che in Italia si sente molto, perché il pubblico è curioso, vuole andare oltre le grandi firme e scoprire Champagne con un carattere più personale. Parallelamente, c'è una vera e propria rincorsa al monovitigno: Chardonnay, Meunier o Pinot Noir – ognuno con la sua identità precisa – stanno vivendo un momento di grande attenzione. Lo Champagne in purezza risponde bene alla voglia di chiarezza del consumatore: un vitigno, un'espressione, un messaggio immediato e leggibile nel bicchiere. In questo senso, la tendenza al monovitigno diventa quasi un linguaggio nuovo, capace di attrarre un pubblico giovane ma anche di entusiasmare chi già conosce e ama lo Champagne".



Pietro Pellegrini



Carlo Alberto Sagna

Oscar Lanciani, direttore vendite Italia di Allegrini Wines Distribution, ribadisce quella che è la temperatura di un mercato che sta ritrovando una nuova normalità: "Lo Champagne risente del trend generale dei vini fermi, con una contrazione dei consumi su tutto il

territorio nazionale, in particolare per i prodotti di fascia media che faticano a trovare riscontro tra i consumatori e spazio nelle carte dei vini. Le grandi Maison consolidano le proprie vendite grazie ai prodotti iconici e alle cuvée d'assemblage d'ingresso. Dal 2020, invece, si registra una crescita costante della quota di consumo degli Champagne prodotti da Récoltant-Manipulant: una tendenza che riflette la maggiore curiosità e consapevolezza del consumatore italiano, accompagnata da un continuo sviluppo della cultura del bere.

Se è vero che si beve meno, è altrettanto vero che oggi lo si fa con maggiore attenzione e consapevolezza".

Per **Gianluca Ferrauto**, direttore generale di Domori, quello del mercato dello Champagne in Italia "è uno scenario in chiaroscuro. Ombre, perché nel 2025 sta attraversando una fase di contrazione, e questo rende necessario lavorare su più fronti, curando ogni dettaglio per valorizzare l'unicità del prodotto. Però, è vero che in questo contesto emergono con maggiore chiarezza i punti di forza dello Champagne Barons de Rothschild, che distribuiamo: uno su tutti è l'heritage, l'autorevolezza di un nome sin-

nimo di eccellenza. Il brand unisce con efficacia i valori della tradizione, in quanto nome profondamente legato all'arte del fare buon vino". In merito ai trend del periodo, Gianluca Ferrauto risponde: "Lo Champagne è un prodotto unico, caratterizzato da una predisposizione all'eccellenza molto più mar-



Luigi Piacentini

cata rispetto ad altri settori e con un mercato sempre più preparato ed esigente. Oggi, accanto alla ricerca di tradizione e autenticità, emerge anche una sensibilità spiccata verso il tipo di azienda, il suo rapporto con il terroir, la trasparenza dei processi e i metodi produttivi. Sul mercato cresce il numero di consumatori esperti, che mi fanno pensare ad uno tra gli Champagne più recenti della Maison: la cuvée Le Grand Clos 2019, presentata a giugno in occasione dell'inaugurazione della nuova cantina a Vertus. C'è grandissima attenzione e apprezzamento verso questo prodotto, che rappresenta un autentico mix di tradizione e innovazione. È un'espressione pura del terroir, prodotta esclusivamente dalle parcelle del Clos, come solo pochissime altre etichette in Champagne possono vantare: 100% Chardon-

nay, vinificato in botti di rovere, con 13 mesi di affinamento sulle fecce fini e 55 mesi di affinamento in bottiglia. Tutti elementi che testimoniano un vino di altissima levatura, oggi sostenuto da un mercato sempre più in grado di riconoscere e premiare il valore di queste caratteristiche".

Ermes Cantera, direttore commerciale Italia di Bellavista – Petra, facendo rife-



Alessandro Rossi

rimento all'attività di Terra Moretti Distribuzione sul fronte Champagne evidenzia: "Dopo gli incrementi dei volumi e, soprattutto, del valore degli anni 2021, 2022 e 2023, già dal 2024 e in questo 2025 si sta notando un

ridimensionamento delle quote che porterà ad una loro stabilizzazione, che comunque si attesta di gran lunga sopra i numeri 2019. Nel triennio post Covid si sono generate tendenze di beva all day con forte presenza in ristorazione legate anche all'entertainment. Questo mood non è più considerato e la voglia di celebrare è diminuita, considerato il momento economico e di tensione sui conflitti geopolitici. Abbiamo notato che i Premium delle Maison sono in forte sofferenza, dovuto agli aumenti registrati e ai prezzi di vendita soprattutto sulle carte vini in ristorazione. Questa tendenza ha portato ad un'ulteriore selezione e ricerca di zone meno considerate in precedenza e di un movimento sempre più in crescita dei Vigneron. Queste ultime considerazioni sposano le richieste di un pubblico più giovane, cosciente e curioso, che è pronto a scoprire e a farsi consigliare". Dinamiche che sposano i nuovi trend, come spiega Ermes Cantera: "Si sta assistendo a un ampliamento delle referenze da parte delle



Oscar Lanciani

grandi Maison, ma si nota anche una forte crescita di una produzione responsabile, con certificazioni HVE (Haute Valeur Environnementale, ndr) e VDC (Viticulture Durable en Champagne, ndr) sempre più diffuse. A essere valorizzati sono sempre più una viticoltura che premia la biodiversità e l'utilizzo di un packaging green. Se sta crescendo l'attenzione al lavoro portato avanti dai Vigneron, sul fronte delle tipologie si registra il Rosé in forte crescita in termini di considerazione, una riduzione delle cuvée legate al Meunier, una conferma per gli Champagne caratterizzati da dosaggi inferiori e un'attenzione sempre più marcata per i Blanc de Noirs, in particolare quelli provenienti dai Grand Cru di Verzy e Verzenay".



Ermes Cantera

"Il mercato dello Champagne sta vivendo una fase di raffreddamento, con una tendenza sempre più marcata verso i marchi storici e consolidati, percepiti come una garanzia", sottolinea **Marianna Sichi Mazzoleni**, Marketing Director di Ghilardi Selezioni. "Questo fenomeno è particolarmente evidente nel canale On-Trade. Se da un lato la corsa alla premiumizzazione sembra essersi un po' fermata, dall'altro i brand più riconoscibili continuano a crescere, spesso a discapito delle cuvée di nicchia. Un esempio emblematico è Comtes de Champagne della Maison Taittinger, che sta registrando un incremento superiore al 30%, a conferma della forza dei grandi nomi". Poi, ci sono anche dei distinguo in questo 2025 dello Champagne in Italia. "Non tutte le realtà di nicchia sono penalizzate allo stesso modo", prosegue Marianna Si-



Marianna Sichi Mazzoleni

cheri Mazzoleni. "Alcuni produttori con una forte identità e una community di appassionati molto fedeli, come Henri Giraud, pur avendo rallentato leggermente, continuano a ottenere risultati migliori rispetto ad altri. In ogni caso, pensiamo che l'Italia si confermi un mercato estremamente recettivo verso lo Champagne: con volumi e valori importanti, rimane sempre amato da clienti e consumatori. Lo vediamo anche dal numero crescente di richieste di visite in cantina, che stiamo organizzando con sempre maggiore frequenza in questi mesi". Chiudono il nostro spaccato sull'andamento dello Champagne in Italia le considerazioni di **Mauro Mattei**, Fine Wine Specialist di Ceretto Terroirs: "La parola che meglio può raccontare il mondo del vino e le sue tendenze nel 2025 è il termine contrazione. Dopo aver osservato con sentimenti contrastanti l'esplosione, spesso ingiustificata, di vendite e prezzi del periodo post pandemia, attraverso un processo - in parte doloroso ma prevedibile - andiamo ad assestarci su numeri e consumi che ricordano quelli pre-covid. Per rincarare la dose, poi, l'inizio dell'anno è stato segnato da un'ul-



Gianluca Ferrauto

teriore impasse legata ai malumori generati da dichiarazioni di stampo propagandistico che hanno momentaneamente confuso e allontanato il consumatore finale. Il mondo dello Champagne non esula da queste riflessioni e anche se solo fra qualche mese tireremo in via definitiva le somme riguardo l'annata in corso, lo scenario, in ripresa, sembra

già delineato: c'è attenzione alla spesa media e ai ricami, voglia di sicurezza, con le conferme di Maison classiche dal piglio contemporaneo e Vigneron dallo stile solido, e alcuni ambienti privilegiati che sembrano tirare il carro del segmento più alto, pensiamo ad esempio all'hotellerie, che sta tornando leader assoluta, anche dei consumi. Il mercato dello Champagne in Italia mostra più facce, tutte accumulate da un senso generale di consapevolezza. Abbiamo già parlato - e fino allo sfinimento - di Vigneron, grandi Maison, Cuvée de Prestige, dosaggi, sostenibilità e altri mantra. Allo stato attuale delle cose, il bevitore a cui noi ci riferiamo è maturo, in



Mauro Mattei

grado di analizzare e distinguere le originalità di una regione che da un lato sta cambiando velocemente volto e dall'altro cristallizza sé stessa. Le mode cambiano, gli stili si accavallano, quello che veniva reputato contemporaneo ieri, oggi può essere definito neoclassico: l'unica cosa che ci dà sollievo e che non si sgretola sotto il peso del tempo è la leggibilità territoriale. Ed è proprio questo concetto che fino a ieri in Champagne era da considerare chimera assoluta, visto il dominio dello stile su tutto, ad essere la novità assoluta oggi. E non è difficile che si cominci a discorrere con crescente frequenza di contrée e lieux dits, oltre che di villaggi, arrivando a scomodare - e non a caso - il concetto di terroir. Ci immaginiamo, dunque, un futuro prossimo in cui il mercato evolva nell'oggettivazione di una Champagne sempre più plurale, contenitore - qual è - di evidenze territoriali. Un luogo polifonia di luoghi, confortato da storia e saper-fare".

