

Notizie Vino

Il mercato delle aste del vino in Asia è cambiato radicalmente. Ecco come

18 Ott 2022, 11:10 | a cura di [Lorenzo Ruggeri](#)



ITALIANO PREFERITO DAI COLLEZIONISTI, MA LA
SCOMMESSA È L'ETNA. IN QUESTA INTERVISTA RAIMONDO
ROMANI METTE IN GUARDIA: "OCCHIO AI PREZZI O SI FA LA
FINE DI BORDEAUX".

PUBBLICITÀ

Raimondo Romani. Poche persone conoscono le dinamiche asiatiche in fatti di vino come lui. Da oltre un decennio vive buona parte dell'anno a Hong Kong, con il socio Flaviano Gelardini è alla guida della Gelardini & Romani Wine Auction, l'unica casa d'asta specializzata sul vino italiano in Asia. Ci racconta un periodo di grandi trasformazioni tra chiusure, nuovi parametri gustativi e ponti culturali.



Partiamo dalle ultime aste. Cosa emerge?

PUBBLICITÀ

Intanto, diciamo che le vendite del vino italiano continuano a crescere. Sale la domanda, Bordeaux è in netto calo, oramai il suo consumo è legato a una fascia di over 55-60. Tiene la Borgogna, ma il business gira sempre intorno a 10 nomi che si pagano ormai cifre folli, a partire da tutti i vini del Dcr (Domaine de la Romanée-Conti; ndr). In questo contesto s'inserisce l'Italia, ma attenzione ai prezzi. Ho visto aumenti

produttori di fare attenzione o rischiamo di fare la fine di Bordeaux.

Su quale zona italiana scommetteresti?

Io continuo a puntare sull'Etna. Un territorio su cui c'è molta attenzione in Asia, perché i fondamentali (al pari di Piemonte e Borgogna) sono ottimi. In più ha ancora ampi margini di crescita.

Ci sono cambi stilistici o casi eclatanti da segnalare?

PUBBLICITÀ

Il mercato punisce in base al rapporto qualità-prezzo (e per qualità non intendo la bontà del vino, che poi è soggetta a mode e gusti personali), Bordeaux era salito troppo e ora sta soffrendo. Lo stesso vale per i Supertuscans i cui prezzi saranno sempre ponderati su quelli dei corrispettivi francesi. La Borgogna, tallonata dal Piemonte - che al momento è la regione italiana preferita dai collezionisti - è salita ma ha raggiunto un tetto importante. Sta crescendo il consumo di Champagne e sale la consapevolezza di chi compra: vogliono nome, annata matura. E se cercano l'Italia vogliono l'autoctono, anche sulle bollicine.

Chi sale e chi scende?

avanti, emerge chi ha una storia, un'identità, chi valorizza la tradizione. Chi paga, vuole tutto questo. Non è un caso che in un'asta una Magnum di Magma di Cornelissen abbia superato l'aggiudicazione di un corrispettivo di Masseto. Coloro che comprano vini che finiscono in –aia hanno, mediamente, più di 50 anni. Ora sono passati al paradigma della Borgogna e quindi all'Italia.

Poi dobbiamo capire che sul mercato ci possono essere dei movimenti repentini e che molti acquisti sono legati anche alla persona. Penso a quanto si vendano meno i vini di Soldera, dopo la morte Gianfranco <https://www.gamberorosso.it/notizie/e-morto-gianfranco-soldera-produttore-mitico-del-brunello-di-montalcino/> e l'uscita dal Consorzio, o i bianchi del Domaine Leflaive in Francia dopo l'annata 2007.

E a livello di denominazioni? Sui bianchi cambia qualcosa?

Rimane difficile vendere un bianco in asta, e sono pochissimi i lotti di bianchi italiani. Gli unici che vanno sono pochi Etna. In generale, sono disposti a pagare di più se una vigna è prephyloxera, c'è un cambiamento di ricerca. Altra novità, nel trade, il fenomeno Ribolla Gialla e i vini orange, quelli fatti bene, senza eccessi e puzze.

Tra i bordolesi italiani tengono solo Sassicaia, Ornellaia, Masseto e Fiorano, non si vende più nemmeno il Cabernet Franc di Quintarelli. In linea di massima non vogliono più vini italiani da varietà francesi, cercano purezza e tradizione. Ad esempio, sono cresciuti tantissimo Montevertine e i Produttori del Barbaresco.

Com'è cambiato il mercato in questi due anni di chiusura con l'Occidente?

Mi rendo conto che distanza tra Italia e Hong Kong è oggi siderale rispetto a pochi anni fa. La fine della mobilità globale

del tutto sconosciute e alcuni vini famosi qui e non altrove. Da Hong Kong sono andati via centinaia di migliaia di expats, ci sono sempre meno occidentali, rimpiazzati dai cinesi.

Pensi sia una situazione temporanea?

No. È cambiato tanto e durerà. Molte aziende hanno ritirato le persone che presenziavano il territorio. Un occidentale per restare oggi deve avere forti motivazioni. Dobbiamo creare sinergie con persone locali che lavorano con noi. Il produttore che viene e parla di sé un paio di volte l'anno non è più sufficiente. In questo, i francesi sono strutturati e hanno costruito così il loro successo in Asia. Cerchiamo di aumentare l'interconnessione con giovani che siano culturalmente compatibili e formiamo il personale locale.

Fai riferimenti alle associazioni e agli eventi?

Sì, sono fondamentali, penso all'esempio virtuoso dei Knights of Alba (Ordine dei Cavalieri del Tartufo e dei vini d'Alba; ndr) in forte ascesa non solo a Hong Kong ma anche a Taiwan e Singapore. L'importante è far sentire il "disciplinato e diffidente" pubblico asiatico parte di un'organizzazione, coinvolgerli, magari organizzando un evento al mese ma di alto profilo. Ormai anche i sommelier sono sempre più asiatici, va creato un ponte - ottimo il progetto VIA di Vinitaly a riguardo. E lo ripeto: se impari a Hong Kong, puoi farlo in Cina. È un trampolino: formiamo le persone qui che poi vanno a replicare il messaggio nella Cina continentale, ma come si dice a Roma "non so' fiaschi che s'abbottano": ci vuole una presenza costante e di lungo periodo.

Che momento sta vivendo il mondo delle aste?

Continua a funzionare e sono sempre più le aste online. Noi troviamo tanta merce direttamente a Hong Kong, qui non ci sono dazi e arriva di tutto. È un buon momento per vendere, visto anche il cambio, per chi ha acquistato in euro.