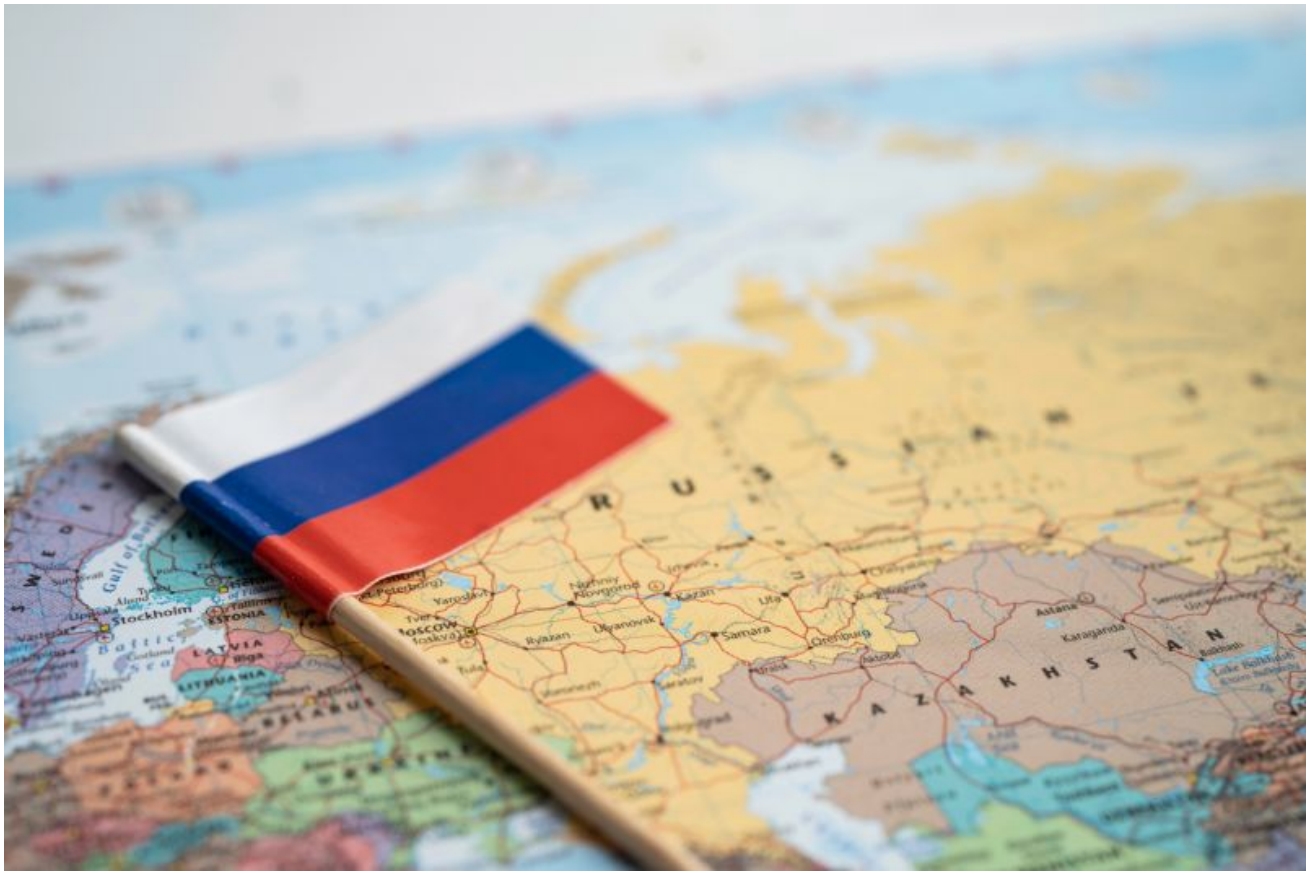
vinetur

Le vendite di vino in Russia sono aumentate del 17% nel 2024

La birra domina ancora per volume, ma i consumatori bevono meno in generale e si orientano verso prodotti domestici e premium.

martedì 14 luglio 2026



La birra resta la bevanda alcolica dominante in Russia, ma i nuovi dati su vendite e produzione mostrano un mercato che sta cambiando struttura, con consumatori che bevono meno in generale, si spostano verso il vino e i prodotti premium e fanno sempre più affidamento sull’offerta domestica.

Le cifre ufficiali e i rapporti di mercato citati dai media economici russi mostrano che le vendite totali di alcol hanno raggiunto circa 13,3 miliardi di litri nel 2024, in aumento dell'11% rispetto al 2020. Allo stesso tempo, il consumo di lungo periodo si è mosso nella direzione opposta su base pro capite. I dati sanitari e statistici russi indicano che il consumo annuo pro capite di alcol è sceso da circa 14 litri di alcol puro nel 2009 a circa 8 litri nel 2023, riflettendo anni di regolamentazione più severa, tasse più alte e campagne di salute pubblica volte a ridurre il consumo eccessivo.

All'interno di questo mercato, la birra continua a detenere di gran lunga la quota maggiore. Nel 2024, le vendite di birra sono state di circa 10,5 miliardi di litri, in aumento del 5% rispetto al 2023, secondo i dati di settore riportati da Interfax e da altre testate russe. A seconda della metodologia utilizzata, la birra ha rappresentato da circa la metà a quasi i quattro quinti di tutto l'alcol venduto in volume. La produzione domestica copre oltre il 95% della domanda, rendendo la birra l'esempio più chiaro di come il mercato alcolico russo si sia adattato alle sanzioni e alle interruzioni commerciali facendo leva sulla produzione locale.

Il vino ha guadagnato terreno più rapidamente di qualsiasi altra grande categoria lo scorso anno. Le vendite al dettaglio di vino sono aumentate del 17% nel 2024, mentre i volumi complessivi, inclusi vini fermi e spumanti, hanno raggiunto circa 854 milioni di litri considerando insieme i canali retail e horeca. Gli analisti stimano che il vino rappresenti ora circa il 20%–25% del mercato. Anche la produzione russa è aumentata, con la produzione complessiva di vini fermi e spumanti arrivata a circa 500 milioni di litri nel 2024. Questa crescita è stata sostenuta dal sostegno statale ai produttori nazionali, dalle politiche di sostituzione delle importazioni e da un più ampio spostamento dei consumatori verso bevande percepite come più leggere o più raffinate degli alcolici.

La vodka, a lungo legata alla cultura del bere in Russia, non domina più il mercato in termini di volume. La produzione ha raggiunto circa 828 milioni di litri nel 2024, in aumento del 3% rispetto all'anno precedente, ma la quota della vodka sulle vendite totali di alcol è diminuita nettamente nel tempo. Insieme agli altri distillati tradizionali, la categoria rappresenta solo circa il 6%–9% del mercato in volume, secondo le cifre citate nei rapporti russi. Le vendite sono rimaste sostanzialmente stagnanti dal 2022,

mentre alcuni consumatori si orientano verso whisky, gin, rum e altri distillati premium o di stile importato, compresi prodotti realizzati localmente sotto proprietà o licenza russa.

Uno dei cali più marcati ha riguardato le bevande fermentate a basso tenore alcolico come cider e medovukha. I loro volumi sono diminuiti del 56% nel 2024 dopo che gli aumenti fiscali hanno fatto salire bruscamente i prezzi al dettaglio. Il calo illustra quanto la politica fiscale condizioni ormai le abitudini di consumo in Russia. Sono state inasprite anche le regole sui prezzi minimi della vodka, con il prezzo minimo di una bottiglia da mezzo litro salito a 349 rubli nel 2024. Birra e vino restano relativamente più accessibili per molti consumatori perché, in termini comparativi, il loro carico fiscale è inferiore.

Le autorità russe da oltre un decennio cercano di frenare il consumo dannoso attraverso orari di vendita limitati, restrizioni alla pubblicità e campagne anti-alcol. Queste misure sembrano aver ridotto il consumo estremo senza comprimere del tutto il mercato. Al contrario, lo hanno spinto verso categorie diverse. I responsabili sanitari e gli analisti descrivono una base di consumatori che beve in modo più moderato, soprattutto nelle aree urbane, con i russi più giovani che in generale consumano meno alcol delle generazioni precedenti.

Questo cambiamento è visibile anche in dove le persone acquistano alcol e in cosa scelgono. Circa l’80% del consumo di alcol è concentrato nei canali off-trade, come supermercati e catene retail, secondo i dati citati nei rapporti di settore. I consumatori con redditi più alti nelle grandi città stanno contribuendo a trainare la domanda di vini di qualità superiore, birra artigianale e distillati premium. Gli acquirenti a reddito più basso tendono ancora a preferire birra di massa e vodka a prezzo inferiore. Nelle aree rurali continua una certa produzione informale di alcol fatto in casa, anche se quel segmento è difficile da misurare.

Anche le sanzioni e i cambiamenti nei flussi commerciali hanno rimodellato l’offerta. Le importazioni europee hanno perso terreno in diverse categorie, mentre i produttori domestici hanno ampliato la produzione. Nella birra, i marchi russi dominano gli scaffali e le importazioni rappresentano ormai solo una piccola quota del consumo. Sul mercato

sono entrate birre cinesi e indiane come fornitori alternativi. Nel vino, le etichette nazionali hanno rafforzato la propria posizione mentre le importazioni provengono sempre più da paesi al di fuori dell'Unione europea e degli Stati Uniti, tra cui Sudafrica e Argentina.

Il risultato è un mercato che appare meno dipendente dai marchi stranieri rispetto a prima del periodo delle sanzioni legate alla guerra. I produttori russi hanno risposto non solo aumentando i volumi, ma anche entrando in segmenti di maggior valore. Birrifici e distillerie hanno introdotto linee craft, prodotti aromatizzati e confezioni premium rivolte ai consumatori che cercano novità senza rinunciare alla disponibilità locale. Cocktail ready-to-drink, bevande aromatizzate alla frutta e moderni formati in lattina sono diventati più visibili nonostante i limiti normativi sulle vendite online e sulla promozione.

I grandi gruppi birrari domestici restano centrali per il mercato. Le cifre di settore per il 2024 indicano Napitki Vmeste, già AB InBev Efes in Russia, come il maggiore produttore di birra del paese per output, seguito da Baltika. I loro marchi continuano a dominare le vendite di birra mainstream insieme alle etichette di altri produttori russi affermati come Ochakovo. Le birre europee importate sono state in larga misura sostituite da prodotti locali e da nuovi ingressi asiatici.

Nel comparto dei distillati, nomi noti della vodka come Russian Standard, Stolichnaya e Beluga conservano ancora un peso culturale, ma non definiscono più da soli la direzione del mercato. I produttori fanno sempre più affidamento sul posizionamento premium, sulle vodka aromatizzate e sul branding di piccoli lotti per attrarre i consumatori più giovani in età legale, meno legati alle categorie tradizionali rispetto alle generazioni più anziane.

Il vino è diventato una delle storie di crescita più evidenti nel comparto delle bevande in Russia. Produttori come Abrau-Durso e Fanagoria hanno beneficiato di una domanda interna più forte e del sostegno ufficiale alla promozione del vino russo. I rapporti di mercato citati dai media russi suggeriscono che i vini locali rappresentino ora circa il 65% delle vendite al dettaglio di vino. Gli spumanti sono stati particolarmente forti, favoriti dall'aumento della produzione domestica e dall'interesse dei consumatori per

prodotti celebrativi ma relativamente accessibili.

Il quadro più ampio non è quello di una rapida espansione, ma di maturità e riequilibrio. Le vendite totali di alcol continuano a crescere moderatamente in termini di volume, ma il consumo pro capite continua a seguire una tendenza al ribasso nel lungo periodo. La birra resta saldamente al primo posto, il vino sta guadagnando quota rapidamente, la vodka è diventata una parte più piccola del bere quotidiano di quanto la sua immagine all'estero possa suggerire, e la politica fiscale si sta rivelando decisiva nel determinare quali categorie crescono o calano.

Per produttori e rivenditori che operano in Russia, ciò significa che la crescita è sempre più legata alla premiumizzazione, all'approvvigionamento locale e all'innovazione di categoria, più che a semplici aumenti dei volumi di consumo. Per i consumatori, significa un mercato con meno prodotti occidentali importati rispetto al passato, ma con più opzioni domestiche in birra, vino e distillati, modellato tanto dalla politica statale quanto dal gusto.