vinetur

L’India riduce i dazi sul vino neozelandese dal 150% al 50% con un nuovo accordo commerciale

La riduzione dei dazi nell’arco di 10 anni potrebbe aprire un mercato più ampio ai produttori, le cui esportazioni di vino in India restano sotto i 500.000 dollari l’anno

giovedì 12 novembre 2026



I produttori di vino neozelandesi avranno un accesso più agevole al mercato indiano dopo l'entrata in vigore, il 20 ottobre, dell'accordo di libero scambio tra India e Nuova Zelanda, che dà il via a una riduzione decennale dei dazi che da tempo limitavano le vendite.

In base all'accordo, i dazi sul vino neozelandese che soddisfa i requisiti scenderanno dal 150% al 50% o al 25%, a seconda del valore del vino, secondo New Zealand Winegrowers, l'associazione di settore. L'intesa prevede inoltre una clausola della nazione più favorita per il vino: se in futuro l'India concederà a un altro Paese condizioni tariffarie più vantaggiose per il vino nell'ambito di un accordo commerciale, il vino neozelandese idoneo riceverà automaticamente lo stesso trattamento.

La novità è rilevante anche oltre l'attuale, limitata presenza commerciale della Nuova Zelanda in India. New Zealand Winegrowers ha dichiarato che il Paese ricava meno di 500.000 dollari l'anno dalle esportazioni di vino in India e che, rispetto all'anno precedente, le esportazioni verso questo mercato sono aumentate del 48%, arrivando a poco meno di 438.000 dollari. Ciononostante, il percorso di riduzione dei dazi potrebbe modificare gradualmente la competizione tra i Paesi fornitori di vino in India e offrire agli esportatori neozelandesi una nuova opportunità per diversificare le vendite, mentre il settore si adegua a una minore disponibilità di prodotto sul mercato interno e a condizioni globali disomogenee.

Anishka Jelicich, amministratrice delegata di New Zealand Winegrowers, ha affermato che la rapidità della ratifica ha già rappresentato un vantaggio, perché ha permesso di assicurarsi le condizioni preferenziali negoziate nell'ambito del distinto accordo commerciale tra Unione europea e India. Ha aggiunto che le riduzioni tariffarie previste sono più sostanziali di quelle che la Nuova Zelanda avrebbe ottenuto se l'accordo con l'UE fosse entrato in vigore per primo.

L'accordo non riguarda soltanto i dazi. Un allegato specifico su vino e distillati istituisce un gruppo di lavoro sulle questioni tecniche, l'etichettatura e la certificazione, ambiti che spesso determinano quanto sia facile per i produttori entrare e crescere nei mercati regolamentati. Per le aziende del settore delle bevande, queste norme possono essere importanti quanto i tagli tariffari più evidenti, poiché incidono sulle autorizzazioni dei

prodotti, sui costi di conformità e sui tempi di distribuzione.

L’India resta un mercato relativamente contenuto per il vino importato, ma le sue dimensioni e la sua crescita hanno attirato l’interesse degli esportatori. New Zealand Winegrowers ha riferito che il consumo di vino in India è concentrato a Mumbai, Delhi e Bengaluru. Queste tre città rappresentano circa la metà dei consumi di vino del Paese e ospitano circa 70 milioni di persone. Nel Maharashtra, lo Stato che comprende Mumbai, le vendite di vino hanno raggiunto il record di 13 milioni di litri nell’anno terminato a marzo 2026. Secondo l’associazione di settore, nel 2025 anche le importazioni di vino dell’India sono cresciute del 14% in volume.

I produttori neozelandesi guardano anche alla composizione della domanda. Il vino rosso rappresenta una quota significativa del mercato indiano del vino importato, una tendenza che, secondo New Zealand Winegrowers, potrebbe aprire spazio a tipologie diverse dal Sauvignon Blanc, il vino più strettamente associato alla Nuova Zelanda sui mercati esteri.

Gli operatori del settore hanno avvertito che la sola riduzione dei dazi non garantirà il successo. Sonal C Holland, l’unica Master of Wine indiana, ha dichiarato al Wine Business Forum di New Zealand Winegrowers, a Wellington, che l’accordo commerciale rimuove un ostacolo importante, ma che una crescita duratura in India richiederà pazienza, investimenti costanti e solide relazioni locali. Jelicich ha affermato che l’associazione punta ad aiutare i propri membri a valutare il mercato fornendo informazioni pratiche, contatti con gli stakeholder e opportunità sul territorio per costruire i propri marchi.

Nell’ambito di questo impegno, New Zealand Winegrowers e New Zealand Trade and Enterprise porteranno una delegazione di 20 aziende alla fiera di settore ProWine Mumbai, a novembre.

L’apertura del mercato indiano arriva mentre il settore vinicolo neozelandese cerca di riequilibrare domanda e offerta. Nel rapporto annuale 2026, pubblicato a settembre, New Zealand Winegrowers ha riferito che nei 12 mesi terminati a giugno 2026 le esportazioni di vino hanno raggiunto 2,108 miliardi di dollari, su volumi pari a 306,2 milioni di litri. Le vendite complessive sono aumentate dell’8%, grazie alle esportazioni,

segnando il secondo miglior risultato di sempre per un anno conclusosi a giugno.

Al contempo, la vendemmia 2026 è stata più contenuta. La produzione dell'annata 2026 si è attestata intorno a 440.000 tonnellate, in calo del 15% rispetto all'anno precedente. Secondo New Zealand Winegrowers, il raccolto ridotto ha riportato la produzione più in linea con l'attuale domanda di mercato, dopo un periodo difficile per il commercio mondiale del vino.

Fabian Yukich, presidente di New Zealand Winegrowers, ha dichiarato che l'anno è stato difficile per il settore vinicolo mondiale, ma che i produttori neozelandesi hanno dimostrato resilienza e stanno apportando cambiamenti. Jelicich, entrata in carica come amministratrice delegata a luglio, ha affermato che la strategia aggiornata dell'organizzazione intende fornire a viticoltori e aziende vinicole informazioni migliori, attività di rappresentanza e sostegno concreto nelle decisioni relative a mercati, produzione e investimenti.

Per gli esportatori, l'India resta una destinazione minore. Tuttavia, i tagli tariffari, l'accesso automatico a eventuali condizioni più favorevoli concesse in futuro ai Paesi concorrenti e la creazione di un quadro per affrontare gli ostacoli tecnici offrono alle aziende vinicole neozelandesi un percorso più chiaro verso uno dei maggiori mercati di consumo al mondo, anche se per sviluppare vendite significative saranno probabilmente necessari anni.