vinetur

Il settore vinicolo cileno prevede un calo delle vendite del 4%-5% nel 2026

I produttori prevedono un 2027 più stabile grazie al calo dei costi di trasporto e a mercati di esportazione meno volatili, con il Brasile in testa alla domanda

domenica 22 novembre 2026



Il settore vinicolo cileno si aspetta un altro anno difficile nel 2026, con vendite in probabile calo del 4%-5%, ma prevede prospettive più stabili per il 2027, grazie alla riduzione dei costi di trasporto e alla minore volatilità dei principali mercati di esportazione. Lo ha dichiarato Alfonso Undurraga, presidente dell'associazione di categoria Vinos de Chile.

In un'intervista pubblicata sabato 21 novembre, Undurraga ha affermato che il settore aveva iniziato il 2026 in modo più promettente, con un primo trimestre solido che aveva alimentato le speranze di una ripresa. La situazione è cambiata a marzo, ha detto, quando le tensioni che coinvolgevano l'Iran hanno fatto salire i prezzi del petrolio e i costi di trasporto, penalizzando un'attività che dipende fortemente dalle spedizioni all'estero e deve già fare i conti con la debolezza dei consumi globali di vino.

Il Cile esporta circa l'80% del vino prodotto in volume, secondo i dati citati dell'Ufficio per gli studi e le politiche agrarie del Paese. Questa esposizione rende le aziende vinicole particolarmente sensibili ai costi di trasporto, alle oscillazioni valutarie e ai cambiamenti della domanda estera. Undurraga ha affermato che l'attuale fase negativa è la crisi più lunga e grave che abbia mai visto nel settore e che combina consumi più deboli con una più ampia tendenza di alcuni bevitori a orientarsi verso bevande a minore gradazione alcolica.

Ha tuttavia precisato che le difficoltà non si sono tradotte in fallimenti diffusi. Molte aziende vinicole hanno reagito con ristrutturazioni, ridimensionando le attività e adottando altri correttivi, mentre chiusure e fallimenti veri e propri sono rimasti limitati. Una distinzione importante per produttori, viticoltori e distributori lungo la filiera vinicola cilena, sotto pressione da diversi anni.

Secondo Undurraga, diversi mercati di esportazione hanno contribuito ad attutire il calo. Il Brasile è diventato la destinazione di spicco e ormai il principale mercato per il Cile, ha detto, continuando a crescere mentre molte destinazioni tradizionali si indebolivano. Anche il Canada ha sorpreso il settore. Undurraga ha affermato che il Cile ha beneficiato delle tensioni commerciali tra Canada e Stati Uniti, che hanno ridotto la presenza dei vini americani sul mercato canadese. La crescita è stata più forte nel 2025, ha detto, e le vendite di vino cileno in Canada erano comunque in aumento del

7% negli ultimi 12 mesi.

Anche la Russia ha contribuito a compensare il calo, seppure con alcune limitazioni. Undurraga ha dichiarato che nel 2026 le esportazioni di vino cileno verso la Russia sono aumentate del 27%, mentre la guerra in Ucraina riorientava gli approvvigionamenti russi, allontanandoli da molti fornitori europei. Ha però aggiunto che il mercato è concentrato sui vini di fascia bassa: i principali beneficiari sono quindi stati i produttori cileni di questa fascia, anziché il segmento premium che il settore vorrebbe sviluppare.

Questo andamento riflette una dinamica più ampia della posizione del Cile sui mercati di esportazione. Undurraga ha affermato che il Cile, quarto esportatore di vino al mondo, può talvolta guadagnare quote di mercato nelle fasi di debolezza economica, perché i suoi vini hanno in genere prezzi inferiori a quelli di Francia, Italia e Spagna. Nei periodi di crisi, i consumatori spesso scelgono prodotti meno costosi anziché abbandonare del tutto la categoria. Per il più ampio comparto delle bevande, il Cile è quindi un Paese da seguire con attenzione: le variazioni delle esportazioni vinicole cilene possono influire su prezzi, promozioni e spazio sugli scaffali nei principali mercati degli alcolici, mentre le controversie commerciali possono dirottare la domanda da un fornitore a un altro.

L’India resta un obiettivo di lungo periodo, non un motore di crescita immediato. Undurraga ha dichiarato che il Cile ha investito molto per sviluppare il mercato, ma che un dazio del 150% continua a limitarne i progressi. Il governo cileno sta lavorando a un accordo di libero scambio che potrebbe essere concluso nel 2026 o poco dopo, ha detto. Anche in quel caso, i risultati richiederebbero tempo, perché il vino non è ancora un’abitudine consolidata per molti consumatori indiani, nonostante le dimensioni del mercato degli alcolici del Paese.

Ha messo a confronto questa prospettiva con il precedente percorso della Cina, dove l’accordo commerciale con il Cile ha contribuito a trasformare il Paese in uno dei primi 10 mercati di esportazione nell’arco di cinque anni. L’India, ha detto, potrebbe richiedere più tempo. Per il 2027 il settore non si aspetta un’impennata della domanda, ma prevede un contesto di mercato più ordinato se le tensioni internazionali si attenueranno.

Undurraga ha affermato che il Brasile dovrebbe continuare a dare segnali positivi nel 2027 e ha indicato anche Messico, Colombia, Perù e Venezuela come mercati con margini di crescita rispetto ai livelli attuali. La Russia potrebbe indebolirsi se la guerra in Ucraina si concludesse e tornasse la concorrenza europea, ha detto, anche se gli effetti riguarderebbero soprattutto il segmento dei vini più economici.

Quanto alle prospettive generali, ha dichiarato di non vedere emergere nuove minacce rilevanti oltre alle pressioni che il settore già affronta. Ha citato il calo dei prezzi del petrolio come motivo per aspettarsi tariffe di trasporto più basse e ha detto che il comparto auspica un'attenuazione dell'incertezza legata alla politica e alle politiche commerciali degli Stati Uniti. La sua valutazione centrale è che basterebbe un ritorno alla normalità delle condizioni attuali, più che un aumento della domanda, per rendere il 2027 migliore del 2026.

Undurraga ha inoltre sostenuto che il Cile dovrebbe investire di più nella promozione dei propri vini all'estero. Ha detto che i fondi pubblici destinati alla promozione internazionale ammontano a circa 1 milione di dollari USA, molto meno degli oltre 50 milioni di dollari USA spesi dai tre maggiori esportatori di vino al mondo. Ha indicato l'organizzazione per la prima volta in Cile di Vinexpo Explorer, evento che dovrebbe accogliere 50 acquirenti provenienti da circa 30 Paesi, come un esempio di piattaforma commerciale in grado di migliorare l'immagine del Paese e favorire l'acquisizione di ordini per l'esportazione.

Sul mercato interno, ha detto, il settore deve anche riconquistare spazio dopo anni di calo dei consumi e di cambiamento delle abitudini di consumo. Per i produttori cileni, la sfida non consiste più soltanto nel superare una fase negativa. Si tratta anche di difendere il ruolo del vino in un mercato delle bevande in cui i consumatori hanno più possibilità di scelta, sono più attenti ai prezzi e, in molti casi, sono meno interessati al consumo tradizionale di vino rispetto a dieci anni fa.