vinetur

Secondo uno studio, il settore vinicolo globale è in crisi strutturale dopo un calo dei consumi del 25%

I ricercatori rilevano che l’eccesso di vino rosso non premium mette sotto pressione i prezzi in tutti i principali Paesi produttori

mercoledì 25 novembre 2026



Una nuova ricerca dell'Università di Adelaide sostiene che il settore vinicolo globale stia attraversando una crisi più profonda e duratura rispetto alle fasi di contrazione che hanno colpito i mercati nazionali del vino nei decenni passati. A determinarla è soprattutto il calo prolungato dei consumi, a cui i produttori non hanno risposto con tagli sufficienti alla produzione.

Lo studio, pubblicato sul Journal of Wine Economics e condotto dal professor Kym Anderson della School of Economics dell'Università di Adelaide, ha esaminato dati annuali relativi a diversi decenni sia sui vini non premium sia sui vini di pregio. Anderson, che dirige anche il Wine Economics Research Centre dell'ateneo, ha affermato che l'attuale crisi si distingue perché colpisce contemporaneamente tutti i principali Paesi produttori di vino. Nelle fasi di contrazione precedenti, le difficoltà di un Paese spesso coincidevano con condizioni più favorevoli altrove, contribuendo ad assorbire parte dello shock.

Secondo la ricerca, oggi si registra un forte surplus di vino in molte regioni del mondo, soprattutto di vino rosso non premium. Anderson ha affermato che non si tratta semplicemente di una normale fase ciclica e che il problema non può essere spiegato soltanto con le attuali tensioni geopolitiche. Lo studio sostiene invece che sia necessario un cambiamento strutturale, perché i consumi globali di vino calano da anni mentre la capacità produttiva non è stata ridotta a sufficienza.

Lo studio rileva che i consumi globali di vino sono diminuiti del 25% dagli anni Sessanta. Nello stesso periodo, i volumi mondiali di consumo di birra e superalcolici sono entrambi raddoppiati. Questo cambiamento è particolarmente rilevante per le aziende del settore delle bevande, perché potrebbe influire sui piani di produzione, sulla riconversione dei vigneti, sul mix di prodotti e sulle decisioni di investimento, mentre la domanda si sposta tra le diverse categorie senza riprendersi in modo uniforme all'interno del comparto vinicolo.

La ricerca evidenzia inoltre una netta divergenza tra i segmenti premium e non premium. Tra il 2013 e il 2022, il valore delle vendite globali di vino premium è cresciuto del 3,1% annuo, mentre quello delle vendite di vino non premium è calato del 2,2% annuo. Lo studio definisce non premium il vino venduto al dettaglio a un prezzo

pari o inferiore a 10 dollari USA per una bottiglia standard da 750 ml, o al valore equivalente in altri mercati. Anderson ha tuttavia affermato che sia il comparto dei vini non premium sia quello dei vini di pregio sono sotto pressione, ma che le esigenze di adeguamento sono molto più urgenti per i produttori di fascia bassa.

Secondo lo studio, si produce troppo vino non premium, soprattutto rosso, rispetto alla domanda. Grandi volumi restano così nelle cisterne e nei magazzini, dove il vino invenduto può continuare a perdere valore man mano che invecchia oltre la sua finestra commerciale. Anderson ha affermato che, in alcuni casi, il valore di queste giacenze può arrivare a zero se il vino non viene venduto o comunque ritirato dal mercato.

Secondo la ricerca, l'Australia è tra i Paesi più esposti alla crisi. Anderson ha affermato che i proprietari di vino in eccedenza dovrebbero limitare le perdite svendendolo o smaltendolo, anziché tenere le scorte nella speranza di una rapida ripresa dei prezzi. Ha inoltre detto che i viticoltori dovrebbero estirpare i vigneti meno redditizi e valutare la possibilità di cambiare le varietà coltivate nei vigneti rimanenti, così da adeguare meglio la produzione ai cambiamenti della domanda e alle condizioni climatiche.

Lo studio sostiene che la rapidità degli interventi è importante. Più tempo impiegheranno i produttori di tutto il mondo a smaltire le scorte in eccesso e a estirpare le viti non redditizie, più a lungo è probabile che i prezzi restino sotto pressione. Avverte inoltre che gli effetti non si limitano ai vini più economici: se l'eccesso di offerta persiste, i prezzi depressi possono estendersi anche ad alcune categorie di qualità superiore.

Questo scenario potrebbe complicare la pianificazione nell'intero settore delle bevande. Le aziende vinicole potrebbero dover decidere se continuare a sostenere i volumi nei segmenti in declino, orientarsi verso prodotti più leggeri o premium oppure spostare i budget per il marketing e la distribuzione verso categorie e mercati in crescita. Anche fornitori, rivenditori e operatori del settore dell'ospitalità potrebbero dover rivedere le strategie di prezzo e di portafoglio se l'eccesso di offerta di vini a basso prezzo dovesse protrarsi.

La ricerca afferma che in passato gli interventi pubblici hanno talvolta rallentato gli adeguamenti necessari del mercato. Anderson ha citato precedenti politiche europee che sovvenzionavano la distillazione del vino in eccedenza per trasformarlo in alcol industriale e sostenevano le esportazioni. Queste misure possono attenuare le difficoltà nel breve periodo, ma, secondo lo studio, possono anche indurre alcuni produttori a rinviare l'estirpazione dei vigneti non redditizi, se si aspettano un sostegno pubblico nelle future fasi di crisi.

Lo studio individua nei cambiamenti delle abitudini dei consumatori un'altra causa importante della crisi. Anderson ha affermato che nei Paesi in cui si beve vino i consumatori sono diventati più attenti alla salute e sempre meno propensi a considerare il vino rosso un prodotto salutare. Di conseguenza, bevono meno vino nel complesso e si orientano verso prodotti di qualità superiore e a basso contenuto alcolico. I maggiori incrementi, ha detto, si registrano per i vini bianchi, i rosati e gli spumanti, spesso a scapito dei rossi con una gradazione alcolica più elevata.

Lo studio afferma inoltre che il settore deve fare i conti con nuovi ostacoli legati alla diffusione dei farmaci per la perdita di peso e alla legalizzazione della marijuana in alcuni mercati. Queste tendenze potrebbero ridurre ulteriormente i consumi di vino, soprattutto se rafforzassero gli sforzi più ampi dei consumatori per diminuire l'assunzione di alcol o modificassero le abitudini legate al consumo sociale.

Al tempo stesso, la ricerca non esclude una crescita futura. Anderson ha affermato che l'Asia e l'Africa potrebbero offrire opportunità nel lungo periodo, perché i consumi di vino in queste aree restano molto bassi rispetto alla popolazione. L'Asia orientale rappresenta meno del 4% dei consumi globali di vino, pur contando circa il 20% della popolazione mondiale in età legale per bere. India e Africa insieme rappresentano appena l'1% dei consumi globali di vino.

Questi dati suggeriscono che la crescita futura del settore, se ci sarà, potrebbe dipendere meno dai mercati vinicoli tradizionali e più dalla capacità di sviluppare la domanda nei Paesi in cui il vino ha ancora una presenza marginale. Anderson ha affermato che, nel tempo, una quota crescente delle attività di promozione generica e dei marchi sarà probabilmente rivolta all'Asia e all'Africa, inizialmente per i vini di

fascia più bassa e, gradualmente, per quelli di maggior pregio, con l’aumento dei redditi e della popolazione.

La ricerca lancia un messaggio difficile per i produttori già alle prese con prezzi deboli e vendite lente: è improbabile che la crisi si risolva aspettando una normale ripresa. La tesi centrale è che la domanda è cambiata in modo duraturo e che anche l’offerta dovrà adeguarsi.