vinetur

Il 54% degli intervistati facoltosi nella Cina continentale colleziona vini pregiati, rileva un rapporto HSBC

Secondo l’indagine, l’Asia sta ridisegnando la domanda: i compratori più giovani cercano bottiglie rare per il piacere, la provenienza e il legame personale

mercoledì 25 novembre 2026



I collezionisti facoltosi stanno ridisegnando il mercato dei vini pregiati e dei whisky rari, guardando oltre le etichette e le regioni tradizionali, secondo un rapporto pubblicato martedì 24 novembre da HSBC Private Bank in collaborazione con il commerciante di vini e distillati Justerini & Brooks.

Il rapporto, A Taste for Time, rileva che i compratori mostrano gusti più ampi e danno maggiore importanza alla produzione limitata, alla provenienza e alla storia che si cela dietro una bottiglia. Segnala inoltre un cambiamento generazionale nel collezionismo: i compratori più giovani si documentano di più e sono più selettivi negli acquisti.

HSBC ha dichiarato che i risultati si basano su un'indagine condotta su oltre 3.000 imprenditori con patrimonio netto elevato o molto elevato. Dall'indagine è emerso che il 54% degli intervistati nella Cina continentale colleziona vini pregiati, rispetto al 39% nel Regno Unito e al 36% sia a Singapore sia in India. A livello globale, il 32% degli intervistati ha dichiarato di collezionare vini pregiati e annate rare: una quota superiore a quella di chi investe in arte e scultura, pari al 25%, o in antiquariato, anch'essa pari al 25%.

I dati suggeriscono che l'Asia, e in particolare la Cina continentale, sia un importante centro di domanda di vini di alta gamma. Ciò potrebbe avere conseguenze per cantine, commercianti e case d'asta che devono decidere dove concentrare le attività di marketing, le assegnazioni e la costruzione di relazioni, mentre cresce la concorrenza per conquistare i compratori facoltosi.

Secondo il rapporto, il piacere, più che l'investimento, è la ragione principale per cui le persone creano collezioni di vini e whisky. HSBC ha rilevato che il 57% dei collezionisti acquista esclusivamente per piacere, mentre un quarto compra unicamente a scopo d'investimento. In alcuni mercati asiatici la differenza è ancora più marcata. In India, per esempio, il 76% degli intervistati ha dichiarato di collezionare per piacere, mentre il 12% lo fa per investire.

Questa distinzione è importante per produttori e venditori, perché indica una clientela potenzialmente più sensibile alla maestria artigianale, alla rarità e all'esperienza personale che all'aumento dei prezzi nel breve termine. Per le aziende vitivinicole e i marchi di bevande di lusso, i risultati potrebbero indicare che la narrazione, l'accesso a

uscite limitate e le esperienze di ospitalità legate al collezionismo stanno diventando più importanti per conquistare i compratori.

L'indagine ha rilevato anche l'intenzione di continuare a spendere. In tutti i mercati, il 73% dei collezionisti ha dichiarato di prevedere un aumento della spesa per le proprie collezioni nei prossimi 12 mesi, per piacere o per investimento. In Asia, gli intervistati erano più propensi rispetto alla media globale a indicare il piacere personale come motivazione dell'aumento. HSBC ha dichiarato che il 47% degli intervistati a Hong Kong e il 43% a Singapore prevedevano di spendere di più per questo motivo, contro il 38% a livello globale.

Il rapporto descrive un mercato in cui il prestigio tradizionale continua a contare, ma non è più l'unico elemento di attrazione. Secondo HSBC, i compratori esplorano nuove aree di produzione e annate diverse, creando spazio per zone vinicole meno note e bottiglie che si distinguono per rarità o provenienza, anziché basarsi soltanto su una reputazione consolidata da tempo. Se questa tendenza proseguirà, potrebbe aprire nuove opportunità per i produttori al di fuori delle aree classiche dei grandi vini, soprattutto per quelli capaci di presentare le proprie bottiglie come distintive e in quantità limitata.

HSBC ha inoltre affermato che il mercato dei whisky rari è influenzato da un pubblico in evoluzione. Il rapporto sostiene che il whisky sta attirando consumatori più giovani e un numero crescente di donne, ampliando la platea dei compratori oltre il profilo tradizionale. Allo stesso tempo, la Scozia mantiene un ruolo dominante nell'offerta: secondo il rapporto, il Paese esporta 43 bottiglie al secondo verso oltre 160 mercati.

Ida Liu, amministratrice delegata di HSBC Private Bank, ha dichiarato in una nota che l'Asia sta contribuendo a ridisegnare il mercato dei vini pregiati, grazie a una nuova generazione di collezionisti animata da «curiosità, raffinatezza e profondo apprezzamento per la maestria artigianale e la provenienza». Ha aggiunto che per molti clienti il valore di una collezione va oltre quello finanziario e comprende la scoperta, le esperienze condivise e ciò che viene tramandato tra generazioni.

Naomi Alston, amministratrice delegata di Justerini & Brooks, ha affermato che il messaggio più forte del rapporto è l'importanza del piacere. Ha osservato che i vini pregiati e i whisky rari possono creare occasioni di conversazione, legami e senso di comunità, aggiungendo che spesso i collezionisti attribuiscono alle relazioni nate attorno a questi interessi un valore pari a quello delle bottiglie stesse.

Poiché la ricerca è stata condotta da una banca privata e da un commerciante di vini e distillati di lusso, riflette le opinioni e i comportamenti della clientela facoltosa, non quelli del mercato dei consumatori nel suo complesso. I risultati offrono comunque uno sguardo approfondito sul modo in cui i compratori benestanti considerano le bevande da collezione, in un momento in cui le abitudini di spesa nel settore del lusso stanno cambiando tra regioni e generazioni.

Per il settore delle bevande, il messaggio è che la domanda di vini di alta gamma non solo tiene tra i compratori facoltosi, ma si concentra sempre più in Asia ed è più strettamente legata ai gusti e alle esperienze personali. Ciò potrebbe influenzare il modo in cui i produttori premium distribuiscono le scorte, scelgono i mercati di esportazione e si rivolgono ai collezionisti negli anni a venire.