vinetur

Итальянские виноделы сталкиваются с глобальным спадом после падения импорта в США на 18%

Данные, представленные в Риме, свидетельствуют о снижении спроса в Великобритании, Германии и итальянских супермаркетах: продажи тихих вин в 2026 году сократились на 3,6%

четверг, 19 ноября 2026 г.



Итальянские виноделы сталкиваются со снижением спроса как внутри страны, так и за рубежом: импорт сокращается на некоторых крупнейших зарубежных рынках, а розничные продажи в Италии продолжают падать. Такие данные были представлены в Риме на мероприятии о культуре вина WIN&, организованном Consorzio Italia del Vino во вторник, 17 ноября, и среду, 18 ноября.

В обсуждении, проходившем в Horti Sallustiani в Риме, приняли участие виноделы, аналитики рынка и представители государственных органов. В центре внимания оказался сектор, которому приходится справляться с замедлением потребления, ослаблением международных рынков, климатическими вызовами и изменением отношения потребителей к алкоголю и здоровью. По словам участников, эти тенденции заставляют компании пересматривать способы продаж и общения с потребителями.

Президент Consorzio Italia del Vino Роберта Корра заявила, что отрасль больше не может сосредоточиваться только на объемах экспорта и краткосрочных коммерческих результатах. «Будущее итальянского вина будет зависеть не только от того, сколько мы сможем экспортировать, но и от ценности, которую сумеем создать вокруг нашей продукции», — сказала она, назвав качество, устойчивое развитие, культуру и более глубокое понимание новых рынков основными факторами роста.

По данным организации, консорциум объединяет 24 производителя вина с совокупной выручкой более 1,5 млрд евро и обеспечивает около 15% итальянского винного экспорта. В Риме он выступил с посланием о необходимости более тесной координации компаний, государственных структур и исследовательских организаций на фоне усложнения рыночной ситуации.

Денис Пантини, руководитель Nomisma Wine Monitor, представил данные, указывающие на широкомасштабное замедление. В Италии общий объем потребления продуктов питания и напитков в денежном выражении снизился с 88 млрд евро в 2019 году до 83 млрд евро в 2025 году. В сегменте HoReCa — гостиницах, ресторанах и кейтеринге — 61% участников рынка сообщили, что продажи вина в целом оставались стабильными в течение последних двух лет,

тогда как 29% отметили их снижение. Более заметный спад наблюдался в крупных розничных сетях: за восемь лет потребление вина там сократилось на 20%.

По данным Nomisma, за первые девять месяцев 2026 года продажи тихих вин в итальянских супермаркетах и других крупных розничных сетях снизились на 3,6%, а красных вин — на 5,4%. Продажи игристых вин, напротив, выросли на 1,3%; этому способствовал рост на 12,3% в категории игристых вин, произведенных классическим методом.

Та же картина наблюдается и за пределами Италии. Согласно данным, представленным на мероприятии, мировое потребление вина сократилось с 232 млн гектолитров в 2020 году до 208 млн гектолитров в 2025 году. В период с января по сентябрь 2026 года импорт вина снизился на 18% в США, на 4,8% в Великобритании и на 6,1% в Германии. Одновременный спад на трех крупнейших рынках сбыта может усилить давление на экспортные продажи и повысить значимость диверсификации рынков для производителей, особенно если слабость на зрелых рынках сохранится.

Несмотря на замедление рынка, участники дискуссии заявили, что ответом должна стать не только географическая диверсификация, но и более широкая работа по восстановлению связи с потребителями. Анализ Nomisma показал, что люди младше 35 лет пьют вино примерно с той же частотой, что и 20 лет назад, тогда как более заметное снижение пришлось на старшие возрастные группы. На потребителей до 24 лет теперь приходится 2% потребления, а на людей в возрасте от 25 до 34 лет — 6%. В отрасли считают это признаком того, что вину нужны более простой язык и доступная коммуникация, чтобы привлекать новых потребителей и при этом не терять свою самобытность.

Меняется и то, как люди покупают и потребляют вино. Рост продаж вина по бокалам относительно продаж целыми бутылками говорит о том, что потребители стремятся к большей гибкости и более строгому контролю расходов. Это имеет значение для производителей, дистрибьюторов и ресторанов: им, возможно, придется адаптировать упаковку, цены и продвижение к спросу,

который стал более избирательным, чем в предыдущие годы.

США, Великобритания и Германия по-прежнему считаются стратегически важными рынками, однако большая часть обсуждения в Риме была посвящена тому, откуда может прийти дальнейший рост. Пантини назвал среди стран, за которыми стоит следить, Румынию, Чехию, Турцию, Вьетнам, Польшу, Таиланд, Южную Корею, Мексику, Австралию и Бразилию. В совокупности эти рынки показали рост на 5,9% в первом полугодии 2026 года, вопреки общей тенденции.

Представители государственных органов, присутствовавшие на мероприятии, заявили, что поддержка со стороны властей будет не менее важна, чем стратегия частного бизнеса. Вице-президент Европейского парламента Антонелла Сберна назвала вино культурным достоянием, которое следует передавать молодым поколениям, и сказала, что более простые правила и активное продвижение могли бы помочь отрасли. Генеральный директор Министерства сельского хозяйства Италии Тереза Николлацци заявила, что компаниям, ищущим новые каналы сбыта за рубежом и сталкивающимся со снижением спроса на сложившихся рынках, необходимо упростить доступ к инструментам поддержки и софинансирования. Компании также продолжают внимательно следить за ситуацией в США, где неопределенность в отношении тарифов и торговой политики остается риском для экспортеров.