

Ma quanto sono attendibili le previsioni sul vino?

scritto da Fabio Piccoli | 24 Settembre 2021



Ancora una volta è il bravo **Robert Joseph**, editorialista di [Meininger's Wine Business International](#), a provocare un interessante dibattito sul tema delle “previsioni sul mercato del vino”.

Nel suo editoriale, **Joseph parte ammettendo la colpa di non aver creduto alle previsioni sullo sviluppo dei “vini naturali”**. “Oggi mi devo assolutamente ricredere – scrive Robert – perché **i vini naturali non solo sono cresciuti sul mercato ma anche sul fronte qualitativo**”.

Ma allo stesso tempo il Joseph evidenzia la **difficoltà di comprendere l'attendibilità di molte delle analisi sulle evoluzioni del mercato del vino** e delle bevande alcoliche in generale, che quotidianamente finiscono sulle nostre scrivanie. “Ad esempio – sottolinea Robert – stanno arrivando articoli in questi giorni che raccontano della fine del boom dei vini in lattina negli Usa”.

“Allo stesso tempo, però – aggiunge Robert – leggo un articolo che mi racconta che la Cacolac, un'importante società di

confezionamento con sede a Bordeaux, sta investendo 5 milioni di euro per un nuovo impianto che le consentirà di aumentare la sua capacità annuale da 9 milioni di lattine di vino a ben 25 milioni, con l'obiettivo di arrivare a 40 milioni entro cinque anni".

A chi credere, pertanto? Alle previsioni sulla fine del boom del vino in lattina o alla Cacolac? E se un'importante realtà come la Cacolac ha deciso di investire nei vini in lattina l'ha fatto perché è pericolosamente ottimista o perché forse si basa su dati più certi?

Il tema delle analisi sul mercato del vino è decisamente vecchio. Non solo ne sento parlare da quando ho iniziato a lavorare in questo mondo, da oltre trent'anni, ma più volte ho cercato di stimolare delle riflessioni al riguardo anche dalle pagine di Wine Meridian.

Robert Joseph, quindi, fa molto bene, con il suo tono provocatorio, a riportare all'attenzione della filiera vitivinicola questa problematica.

Non è facile dare risposte precise ad un tema così complesso ma, a mio parere, **si possono fare alcune utili riflessioni.**

Innanzitutto dobbiamo suddividere la tematica su due fronti: quello dei dati "certi", attuali di mercato e quello delle cosiddette "previsioni".

Sono due tematiche ovviamente diverse ma sono decisamente connesse tra di loro. Se infatti partiamo da dati "certi" che in realtà non lo sono per nulla, o molto parzialmente, è evidente che **anche le previsioni ne vengono inevitabilmente condizionate.**

Sul tema, quindi, della raccolta dei dati ufficiali di mercato e delle fonti più credibili e autorevoli in tal senso, **esistono ancora molti buchi** che purtroppo sono stati riempiti solo parzialmente negli anni.

Basta chiedere a qualsiasi analista economico del settore

vitivinicolo per comprendere quanto sia difficile tutt'oggi ad avere informazioni dettagliate, precise sul reale andamento dei mercati del vino, soprattutto se si vuole andare in profondità ed avere maggiori dettagli.

Non è un caso, quindi, che **nella maggioranza dei casi ci dobbiamo accontentare di dati macro economici** e gli stessi "dati doganali", se parliamo di export, sono dettagliati solo per alcune (poche) categorie merceologiche.

Se poi ci vogliamo addentrare nel **"misterioso" mondo delle dinamiche di consumo delle bevande alcoliche**, le informazioni diventano ancor più nebulose, piene di falle.

Ed è proprio in questo groviera di informazioni sul mercato del vino che, a mio parere, **spesso si annida il rischio di previsioni assolutamente avventate**. Non per negligenza o malafede dell'analista, ma semplicemente perché è la base di partenza ad essere insufficiente, inadeguata.

Esiste un modo per rendere i dati realmente "certi" e le previsioni più attendibili?

Certo. **Investire nelle analisi, supportare le fonti che si ritengono più autorevoli in grado di produrre ricerche più dettagliate e approfondite.**

Nel caso del mondo del vino, su questo fronte, è indispensabile, come spesso abbiamo sottolineato, una **maggiore disponibilità della aziende a fornire i loro dati**, ma anche le informazioni che possono ricevere dai loro "clienti" (importatori, distributori, trade).

Senza un coinvolgimento attivo di tutta la filiera le analisi sul mercato del vino saranno sempre approssimative e **tutto dipenderà sempre dalla capacità visionaria dell'analista** di interpretare al meglio le poche informazioni a disposizione.

Faccio un esempio. Ormai da molti anni il vino ha una quota di consumo nell'ambito delle bevande alcoliche di circa il 12%, sempre credendo alle cosiddette fonti ufficiali di analisi.

Facciamo finta che questo sia un dato “certo”. C'è qualcuno in grado di comprendere se è un dato positivo o negativo? Quali possono essere le strategie per “rubare” quote di mercato alla birra, soprattutto, o ad altre bevande alcoliche? Esistono packaging o forme di comunicazione alternative alle attuali per attrarre nuovi consumatori? Se consideriamo il dato del 12% basso, inoltre, possiamo immaginare che forse è anche il caso di rimodulare la classificazione dei mercati e quindi smettere di considerare maturi o saturi Paesi dove il consumo di vino di fatto è ancora agli albori?

Insomma, il fatto è che **continuiamo a conoscere pochissimo, o troppo poco, il mercato del vino in tutti i suoi diversi aspetti**. Il rischio di sopravvalutare o sottovalutare una serie dei fenomeni di mercato (dal vino in lattina agli hard seltzer, dai vini dealcolati a quelli naturali), è all'ordine del giorno.

Ma possiamo permetterci tutto questo? Possiamo ritenere che in un'epoca sempre più fluida sia solo l'intuito a guidarci?