Mercato del vino in India, perché resto ottimista (con prudenza)

scritto da Fabio Piccoli | 22 Novembre 2026



Al Prowein Mumbai, record di 16 aziende italiane, il mercato del vino in India mostra segnali di crescita. Il vino piace all'upper class, la ristorazione di qualità si espande e gli importatori si rinnovano. Il taglio dei dazi, dal 150% al 15%, apre prospettive, ma i ricarichi dei listini e la mancanza di un presidio istituzionale italiano restano incognite.

Si è chiusa la sesta edizione di Prowein Mumbai, la quarta alla quale noi partecipavamo con la nostra collettiva che quest'anno era rappresentata da ben 16 imprese italiane. Un record di presenze italiane a questa manifestazione che si è accreditata di anno in anno come il **più importante appuntamento per il settore del vino e degli spirits in India**.

Non è semplice commentare gli eventi fieristici in particolare quelli che si svolgono in mercati complessi come quello, appunto, indiano.

Perché se da un lato non vi è dubbio che al Prowein Mumbai arrivano tutti i principali importatori, distributori e buyer di bevande alcoliche indiani, dall'altro stiamo parlando di un mercato che sta cercando una sua precisa identità e, soprattutto, un suo "nuovo" sviluppo alla luce dei numerosi accordi commerciali realizzati in questi ultimi anni dal Governo indiano, compreso quello con l'Unione Europea. **Un accordo che dovrebbe decollare definitivamente il prossimo anno un primo step di riduzioni che dovrebbero abbassare i dazi di importazione dei vini in India da una media di circa il 150% a circa il 30% per arrivare poi nel giro di circa un triennio (ma qui il condizionale è d'obbligo) al 15%**.

Una riduzione, pertanto, sulla carta enorme ma che va monitorata con estrema attenzione e anche con la massima prudenza visto le numerose incognite di un Paese complesso e articolato come quello indiano (che è bene ricordare si tratta anche di un Governo federale con diversi Stati a giurisdizione diversificata con numerose diverse autonomie).

Detto questo non vi è dubbio che la riduzione dei dazi comunque stia già portando risultati interessanti ai primi Paesi che ne hanno già beneficiato negli ultimi due anni come l'Australia e la Nuova Zelanda. Quest'ultimo Paese, come già ho scritto in un recente articolo (*India, la ricetta del successo sta in 4 P. E riguarda soprattutto le nostre istituzioni*), lo scorso anno grazie a queste riduzioni ha visto un incremento delle sue esportazioni in India di quasi il 50%.

Certo partiamo ancora di volumi e valori molto bassi ma sono segnali decisamente interessanti per un mercato che per decenni si è contraddistinto solo per essere un Paese dalle grandi potenzialità ma che di fatto fino ad oggi non si sono

mai espresse.

La mia prudenza non inganni, sono e rimango ottimista sullo sviluppo del mercato del vino in India per numerose ragioni e non “solo” per la questione dazi.

Il primo fra tutti è che **il vino nella upper class indiana è decisamente cool.** Si potrebbe obiettare che piacere ai “ricchi” non garantisce che questa passione si allarghi anche ad una classe media (che in India sta crescendo di anno in anno), ma va sottolineato, però, che se c’è una popolazione ambiziosa questa è quella indiana.

Basta vedere il successo impressionante dell’industria del cinema di Bollywood che genera sogni ormai dal 1930 e oggi è un vero e proprio impero che dà lavoro, a vari livelli, ad oltre 150.000 persone nella sola Mumbai. E parlando di **Mumbai si conferma da anni la capitale economico-finanziaria dell’India, nonché al quinto posto nel mondo in termini di numero di miliardari**.

Tutto ciò crea una sorta di effetto “emulazione” che potrebbe vedere proprio nel vino un prodotto status symbol capace di attrarre un numero crescente di consumatori.

Altro elemento favorevole è **l’aumento del numero di ristoranti di qualità anche al di fuori del classico circuito delle catene alberghiere**.

Questo sta allargando il bacino dell’horeca potenzialmente interessata al vino e già dei risultati si stanno vedendo in questi ultimi anni con la crescita delle carte vini in numerosi ristoranti in particolare di Mumbai e Nuova Delhi.

Infine, per rimanere nei punti di forza del mercato del vino indiano, **l’avvento di una nuova generazione nella gestione delle società di importazione che sta portando linfa nuova**, maggiore entusiasmo e creatività rispetto alla generazione che l’ha preceduta.

Potrei aggiungere anche il numero crescente di sommelier, di diplomati WSET e anche se c'è al momento una sola master of wine, Sonal C. Holland, va detto come abbia un seguito notevolissimo anche grazie alla sua Academy.

Insomma i presupposti positivi sono molti e fanno da contraltare a quelle che oggi possiamo definire più che negatività delle incognite.

La prima incognita è **quale sarà il comportamento di importatori e ristoratori alla luce di questa riduzione dei dazi governativi**. Su questo fronte i pareri che abbiamo raccolto a Mumbai sono discordanti.

Da un lato vi è chi afferma che la riduzione dei dazi sarà **molto ridimensionata, in negativo**, dai rincari che adotteranno importatori e ristoratori, dall'altro, invece, non sono pochi quelli che ci hanno dichiarato che magari non si vedranno dimezzati i prezzi nelle carte dei vini ma **i cali saranno comunque vistosi**.

E c'è da augurarselo dal momento che anche in questa tappa a Mumbai abbiamo osservato carte vini con prezzi di nostri prodotti entry level (cioè con prezzi di partenza ben inferiori ai 10 euro) messi a listino a 120 euro. Il direttore generale di Prowein, Frank Schindler, in una piacevole chiacchierata informale ci raccontava come la sera precedente all'inaugurazione della manifestazione fosse andato in un noto ristorante di Mumbai pagando un prezzo corretto, attorno ai 70 euro, ma con il vino meno caro in carta (un Prosecco di cui non ci ha detto il brand) a 130 euro.

È chiaro che una discrepanza di questo genere limita drammaticamente l'interesse di acquisto un consumatore indiano anche con buona dotazione economica.

Sta proprio qui la sfida del mercato indiano, accettare prezzi unitari inferiori a vantaggio di uno sviluppo di consumi che potrebbe essere veramente importante nel prossimo decennio.

Un vantaggio di cui si avvarrebbe anche l'industria del vino indiana che oggi ha nelle mani la possibilità di veder decollare finalmente il consumo di vino nella loro terra.

Noi siamo ottimisti e anche il prossimo anno torneremo a Mumbai…

Nel frattempo c''è da augurarsi che l'Italia abbia a livello istituzionale **la consapevolezza dell'importanza di creare un presidio permanente di questo mercato**, come oggi fanno Australia e Nuova Zelanda ma anche, udite udite, la Svizzera che in questa edizione di Prowein Mumbai aveva una delle aree espositive più ampie e con il maggior numero di visitatori.

Avere a disposizione un piano di azioni pre competitive lungo l'anno significherebbe costruire basi solide per lo sviluppo dell'importazione di vini italiani in India. Ma si tratta di un compito dove l'intervento istituzionale è determinante.

Su quest'ultimo fronte, purtroppo, facciamo un po' fatica ad essere ottimisti.

Punti chiave

1. **Record italiano a Prowein Mumbai**: 16 aziende nella collettiva della fiera di riferimento per vino e spirits.
2. **Dazi in calo**: l'accordo UE-India punta a portarli da circa 150% a 30%, poi al 15% in tre anni.
3. **Tre fattori di crescita**: vino cool per l'upper class, ristorazione di qualità in espansione, importatori della nuova generazione.
4. **Listini troppo alti**: vini entry level sotto i 10 euro compaiono in carta a 120 euro.
5. **Serve un presidio istituzionale italiano permanente**,

come quelli di Australia, Nuova Zelanda e Svizzera.