

# Prezzi vini, il sogno americano e i "saldi" italiani

scritto da Fabio Piccoli | 22 Aprile 2022



Ogni volta che mi imbatto nelle statistiche di vendita dei vini sul mercato americano sono da un lato entusiasta per come i consumatori statunitensi diano un gran “valore” ai vini (soprattutto ai loro), e dall’altro perplesso perchè noi **siamo lontanissimi da quel percepito.**

In questi giorni, grazie all’aggiornatissimo **Wine Analytics Report**, ho letto i prezzi medi delle bottiglie di vino acquistate nel canale **DTC** (direct to consumer) – che oggi rappresenta l’11% delle vendite di vino negli Usa e nel 2021 ha registrato l’ennesimo record raggiungendo i 4,2 miliardi di dollari – scoprendo che a marzo è stato di ben 52,86 dollari. Un dato normale per loro, ma assolutamente sorprendente per noi considerando, ad esempio, che il **prezzo medio di acquisto di una bottiglia sulla piattaforma vino.com nel 2021** (secondo un’analisi realizzata da **Wine Monitor**) **è stato di 12,13 euro.** E stiamo parlando del canale online che, comunque, registra prezzi medi ben più alti rispetto a quanto avviene nella

nostra grande distribuzione dove, sempre nel 2021, il prezzo medio di acquisto di una bottiglia di vino (0,75 l) è stato di 5,5 euro (con un incoraggiante +4,1% rispetto al 2020).

Ma tornando all'Eldorado americano, sempre nel canale DTC **il prezzo medio a bottiglia più elevato nei primi mesi del 2022 è stato registrato dal Cabernet Sauvignon** con un sorprendente 75,86 dollari che, sicuramente, ha inciso fortemente nella media complessiva considerando i comunque ragguardevoli 48,35 dollari del Pinot Nero, i 34,13 dollari dello Chardonnay e i 32,23 dollari per uno sparkling made in Usa.

Certo, non esiste solo il DTC negli Usa. Tuttavia, **la situazione prezzi è sicuramente ottima anche sul canale on-premise**, dove la media è ben al di sopra dei 50 dollari. E d'altro canto, aldilà di quanto evidenziano le statistiche, chiunque entri in un ristorante negli Usa si può rendere facilmente conto dei prezzi medi del vino, in particolare **proprio dei vini americani**.

Facendo queste riflessioni, mi sono imbattuto in un "curioso" ranking, realizzato da **numbeo.com**, sui prezzi medi di una bottiglia di vino a livello internazionale (non è specificato, ma risulta chiaro **siano prezzi relativi allo scaffale off-premise**), dalla quale si evince che gli Usa con 12 dollari sono al 20° posto della classifica. Al primo posto troviamo il **Qatar** con 27,46 dollari, seguito da **Singapore** con 21,96 \$ e la **Giordania** con 21,15 \$.

E l'Italia? **Siamo in 83a posizione**, con 5,41 dollari (la classifica non è aggiornatissima considerando che siamo come già prima evidenziato a circa 5,5 euro), allo stesso livello di un altro grande mercato come la Germania dove, però, **è noto il ruolo nella vendita di vino dei discount**.

Sempre tra i mercati del vino più importanti troviamo il **Regno Unito al 35° posto** con 9,13 dollari (pensavamo meno considerando il ruolo chiave della gdo dell'UK), il **Canada al**

**23°** con 11,92 dollari, la **Cina** al **16°** con 12,50 \$ e **Hong Kong** all'**8°** con 17,85 \$, mentre la **Russia**, mercato ormai purtroppo sempre più in bilico è al **53°** con 7,43 \$.

Le ultime tre posizioni in classifica sono, dalla terzultima all'ultima, dell'**Arabia Saudita** con 2,67 \$, il **Pakistan** con 1,63 \$ e l'**Iran** con un solo misero dollaro. Ma viene spontaneo porsi numerose domande sulla veridicità di questi ultimi dati.

Ma, al di là dell'attendibilità o meno di alcuni dati, è indubbio che **il vino continua ad avere "percezioni" diversissime da parte dei consumatori in relazione al loro Paese di appartenenza.**

È chiaro che esiste la **componente economica**, relativa cioè alla capacità di spesa di alcuni Paesi rispetto ad altri (per usare un'iperbole, è evidente che un emiro del Qatar avrà qualche spicciolo in più rispetto ad un comune mortale pakistano), ma vi è anche un **fattore culturale.**

Infatti, nei Paesi (come l'Italia) dove il vino è entrato da tempo nella cosiddetta quotidianità, dove è molto facilitato l'acquisto, dove vi è un grandissimo portfolio prodotti con range di prezzi vastissimo, vi è inevitabilmente la **tendenza verso prezzi più bassi.**

Certo, la mia è una grezza semplificazione, ma che ritengo in qualche misura debba far riflettere su **come la "vista" di prezzi molto bassi sugli scaffali della gdo generi ancora in molti l'idea che alla fine un vino dignitoso possa costare anche molto poco.** E questa non è una buona cosa.

Per questo non possiamo non appoggiare la recente presa di posizione di **Antonella Cantarutti**, nota produttrice friulana (azienda **Cantarutti Alfieri di San Giovanni al Natisone** – Udine) che ha preso la fatidica carta e penna per scrivere al Ministro delle Politiche Agricole e ai propri Presidente di Regione e Assessore Regionale una lettera di denuncia in merito ad una promozione da parte di una nota catena discount di uno spumante Ribolla Gialla ad un **"VERGOGNOSO"** (così è

scritto nella lettera di Antonella) prezzo di 1,99 euro.

**Molto difficile non dare ragione ad Antonella e non appoggiare la sua battaglia.**