

L'India ci insegna una possibile nuova via per il vino italiano

scritto da Fabio Piccoli | 14 Novembre 2024



Prowine India 2024 ha rivelato potenzialità inedite per il vino italiano in un mercato in crescita come quello indiano. L'interesse crescente dei giovani consumatori e il possibile abbattimento delle tasse di importazione rendono l'India una meta promettente. Tuttavia, la formazione locale e strategie mirate sono fondamentali per sfruttare al meglio queste opportunità.

Ho passato una settimana a Mumbai in occasione di Prowine India che si è svolto nell'enorme metropoli indiana l'8 e 9 novembre scorsi.

Ho frequentato in questi ultimi vent'anni numerosi eventi

dedicati al vino in India e devo ammettere che per la prima volta, finalmente, ho avuto la percezione non solo di un'**iniziativa ben organizzata** ma anche **capace di fare emergere al meglio le reali attuali potenzialità di questo mercato.**

Per tantissimi anni si è parlato dell'India come un **mercato del vino potenzialmente molto interessante** ma per svariate ragioni queste potenzialità **non si sono mai realmente concretizzate.** Al punto che, alcuni anni fa, si è pensato che l'India non sarebbe mai potuta diventare un mercato seriamente interessante per il vino.

Si sono quindi **diradati, se non del tutto eliminati** (almeno quelli dedicati al vino italiano) anche **gli eventi dedicati al vino** in questo Paese e andando a guardare gli stessi investimenti di promozione sui Paesi terzi grazie alla misura OCM vino, di fatto, **la percentuale dedicata all'India risulta pressoché irrisoria.**

Quest'anno **sono riprese alcune iniziative**, a partire da Vinexpo India e appunto Prowine India, a testimonianza che le filiere del vino europee hanno iniziato a percepire qualche **vento di cambiamento** su quello che attualmente è il **34° mercato del vino a livello mondiale**, con consumo di poco superiore a 2,1 milioni di ettolitri, dei quali il 33,6% rappresentato da vini importati, per un valore complessivo che nel 2023 è stato di circa **361 milioni di dollari Usa.**

Leggi anche: [L'insegnamento dei gatti di Mumbai](#)

Oltre il 63% dei vini consumati in India è domestico, mentre l'Australia detiene circa il 42% della quota di vini importati seguita dall'Italia (14%), Cile (11%), Francia (9%) e Spagna (6%).

I **numeri sono ancora decisamente bassi** se si considera che la stessa Australia lo scorso anno ha esportato in India solo 302.000 casse (da 9 litri) e l'Italia poco più di 107.000.

Numeri quindi ancora irrisori che porterebbero a pensare la **quasi inutilità del provare ad investire in questo mercato** per un'impresa vitivinicola di buonsenso.

Eppure **ci sono elementi**, forse oggi più evidenti rispetto al passato, **che, a mio parere, devono far ritenere l'India un mercato che presenta opportunità decisamente concrete.**

Il primo elemento è rappresentato dal **consumo di bevande alcoliche** in India che oggi è vicino a ben **62 milioni di hl** (l'India è uno dei principali consumatori di whisky al mondo) ma dei quali **il vino rappresenta solo lo 0,3%.**

Leggi anche: [India: il boom del mercato del vino](#)

Altro fattore molto importante la presenza di **un vasto target giovanile**. A differenza, infatti, della base di consumatori di vino "anziana" come nei Paesi occidentali, i consumatori di vino in India, come recentemente scritto da Vino Joy – in un articolo intitolato [India's Rising Wine Market in Focus as ProWine Mumbai 2024 Kicks Off](#) -, hanno prevalentemente **tra i 25 e i 44 anni**. All'interno di questo gruppo, quelli tra i 25 e i 34 anni rappresentano il 45% della popolazione che consuma vino, mentre i 35-44enni costituiscono il 30%. Questi consumatori sono aperti e disposti a provare nuovi sapori. **Anche Millennials e Gen Z stanno dimostrando un interesse crescente per il vino.**

Altro aspetto da sottolineare è **l'importanza del vino nella gastronomia** che **in India è un fattore di straordinaria rilevanza** e in questa direzione **la ristorazione italiana può essere un veicolo importante di sviluppo del vino italiano anche in questo grande Paese.**

È chiaro che il vincolo principale per lo sviluppo del wine business in India rimane quello delle **tassee di importazione** che continuano ad essere mostruose (**dal 150% in su**). Ma in questa direzione l'unica via percorribile sono gli **accordi bilaterali** come ha fatto l'Australia nel 2022 con l'AI ECTA

che ha fatto scendere del 50% il tasso di importazione in India per i vini australiani con una prospettiva di un ulteriore -25% nell'arco di un decennio.

Ci sono **trattative in corso con il Governo Indiano** anche per i vini dell'UE ma al momento non abbiamo particolari certezze sui possibili sviluppi.

A questo proposito comunque tra gli importatori e distributori di vino in India che abbiamo ascoltato vi è una crescente percezione che gli alti tassi di importazione, nati per proteggere la produzione locale, di fatto stanno solo **rallentando gravemente il potenziale sviluppo della commercializzazione e consumo di vino.**

“Nonostante questi tassi astronomici per i vini importati – ha sottolineato Sanjay Menon, una sorta di leggenda dell'importazione di vini in India – **la nostra industria del vino è ferma da tempo a poco più di un paio di milioni di casse prodotte.** Dobbiamo veramente chiederci oggi se questi limiti all'importazione siano utili o se invece una maggiore diffusione del vino nel nostro Paese non possa aiutare tutti di più”.

L'osservazione di Sanjay Menon è assolutamente pertinente e risponde anche alla necessità di **aumentare la cultura del vino** nei confronti dei consumatori potenziali di vino in India.

Sicuramente oggi in India si respira un'aria molto più positiva e lo hanno testimoniato i numeri di questa edizione 2024 di Prowine a Mumbai che ha visto la partecipazione di **oltre 7.000 operatori del wine business indiano** e ha registrato un particolare interesse nei vini italiani, che oggi possono godere di un appeal particolarmente forte su questo mercato.

Leggi anche: [Verso un'India più “Wine Friendly”: il ruolo chiave della wine education](#)

Ma per poter capitalizzare le potenzialità del vino italiano in India diventa veramente indispensabile una seria **attività di formazione degli operatori indiani** e anche di alcune iniziative sui wine lovers sul modello proposto da molti anni ormai dall'Australia.

A Prowine Mumbai ho incontrato **John Southwell** – responsabile di Austrade per l'India, l'ente governativo australiano per lo sviluppo di business di comparti economici del loro Paese in diverse aree del mondo – che mi ha evidenziato l'**ampia attività formativa e promo-commerciale organizzata in India per la valorizzazione dei vini australiani**.

L'Italia avrebbe molto da “copiare” al riguardo. È arrivato il tempo di farlo.

Punti chiave:

1. Il consumo di vino in India è ancora basso, ma in crescita, specialmente tra i giovani.
2. Le tasse d'importazione sono alte, ma l'Australia ha già ottenuto riduzioni.
3. Prowine India 2024 ha attirato oltre 7.000 operatori, con forte interesse per il vino italiano.
4. La formazione degli operatori indiani potrebbe accelerare l'adozione del vino italiano.
5. La ristorazione italiana rappresenta un canale strategico per la diffusione del vino italiano.