# L’Australia insegna: servono dati e trasparenza per far crescere il mercato

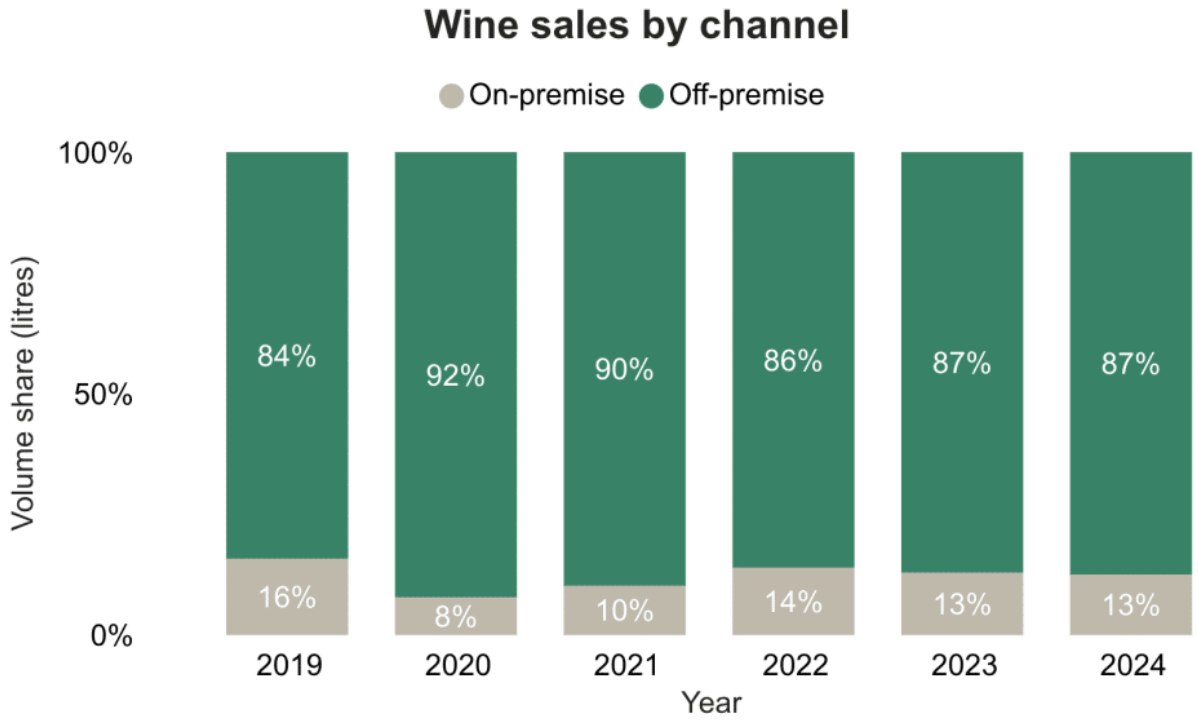
scritto da Emanuele Fiorio | 22 Agosto 2025

*L’Australia lancia un progetto innovativo per la trasparenza nel mercato del vino, offrendo dati e analisi aperti a tutti. Dalle abitudini di acquisto alle vendite al dettaglio, una nuova dashboard digitale svela ogni segreto del settore. Un’iniziativa che fa scuola e che potrebbe diventare un modello strategico fondamentale anche per il futuro del vino italiano.*

Il mercato del vino è un universo complesso, fatto di numeri, tendenze e comportamenti di consumo in continua evoluzione. Saper leggere e interpretare questi dati è fondamentale per orientare le strategie di produttori e operatori. In questo scenario, l’Australia si pone come un modello virtuoso grazie

al recente **progetto “Improving Market Transparency” promosso da Wine Australia.** Questa iniziativa ha portato alla creazione di strumenti innovativi e gratuiti che offrono una **panoramica chiara e dettagliata del mercato domestico**, il più importante per il vino australiano, dato che assorbe **quattro bottiglie su dieci** vendute.

**Fino a poco tempo fa, per le cantine australiane era difficile e costoso accedere a dati di vendita al dettaglio approfonditi.** Grazie a questo progetto, finanziato dal Dipartimento dell’Agricoltura, della Pesca e delle Foreste, la situazione è cambiata radicalmente. Sono stati stretti accordi con società di analisi come Circana e con colossi della distribuzione come Endeavour Group (proprietario delle insegne Dan Murphy’s e BWS) per condividere statistiche di alto livello. Questi dati sono ora accessibili a tutti attraverso una nuova piattaforma online.




## Una dashboard per navigare il mercato

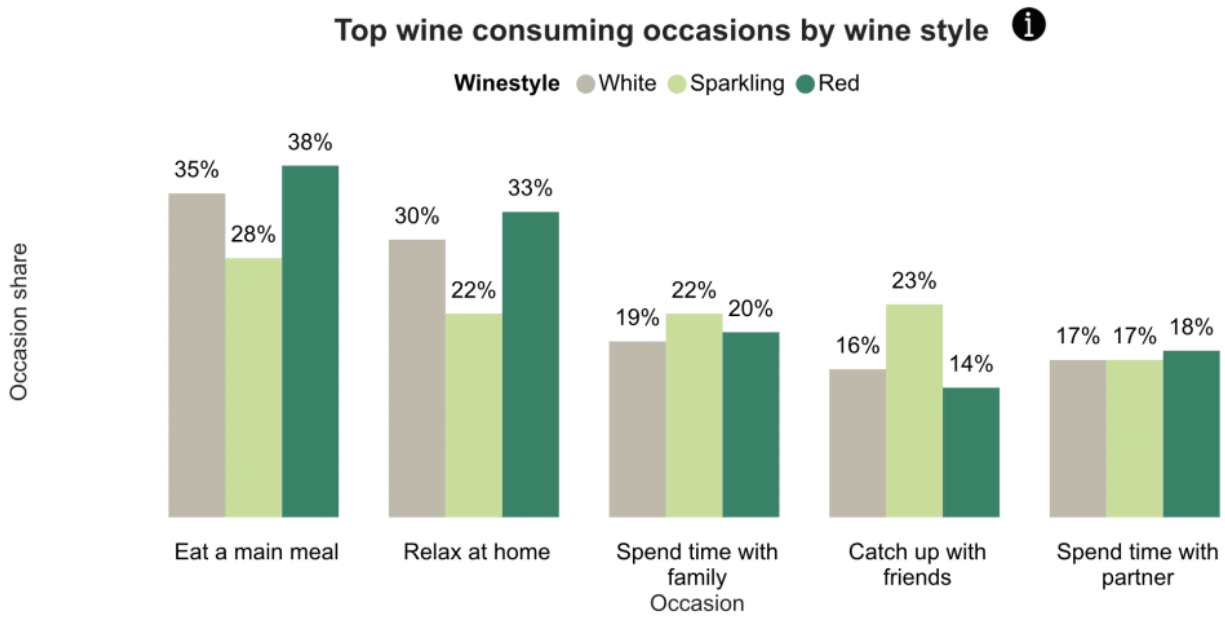
Il cuore del progetto è la nuova [Domestic Sales Dashboard](), un cruscotto digitale che aggrega in un’unica piattaforma diverse

fonti di dati. La dashboard è organizzata in quattro sezioni tematiche per offrire un’analisi completa:

- **Panoramica (Overview):** fornisce statistiche generali sul mercato vinicolo australiano totale, basate sui dati IWSR.
- **Ingrosso (Wholesale):** offre approfondimenti sulle vendite delle aziende vinicole australiane.
- **Dettaglio (Retail):** include i nuovi dati di Circana sulle vendite di vino australiano nei punti vendita al dettaglio.
- **Consumatori (Consumers):** presenta dati sul comportamento dei consumatori e indicatori chiave delle vendite nel canale on-premise (bar, ristoranti, etc.) forniti da CGA by NIQ e Growth Scope.

## Capire il consumatore e le occasioni di consumo

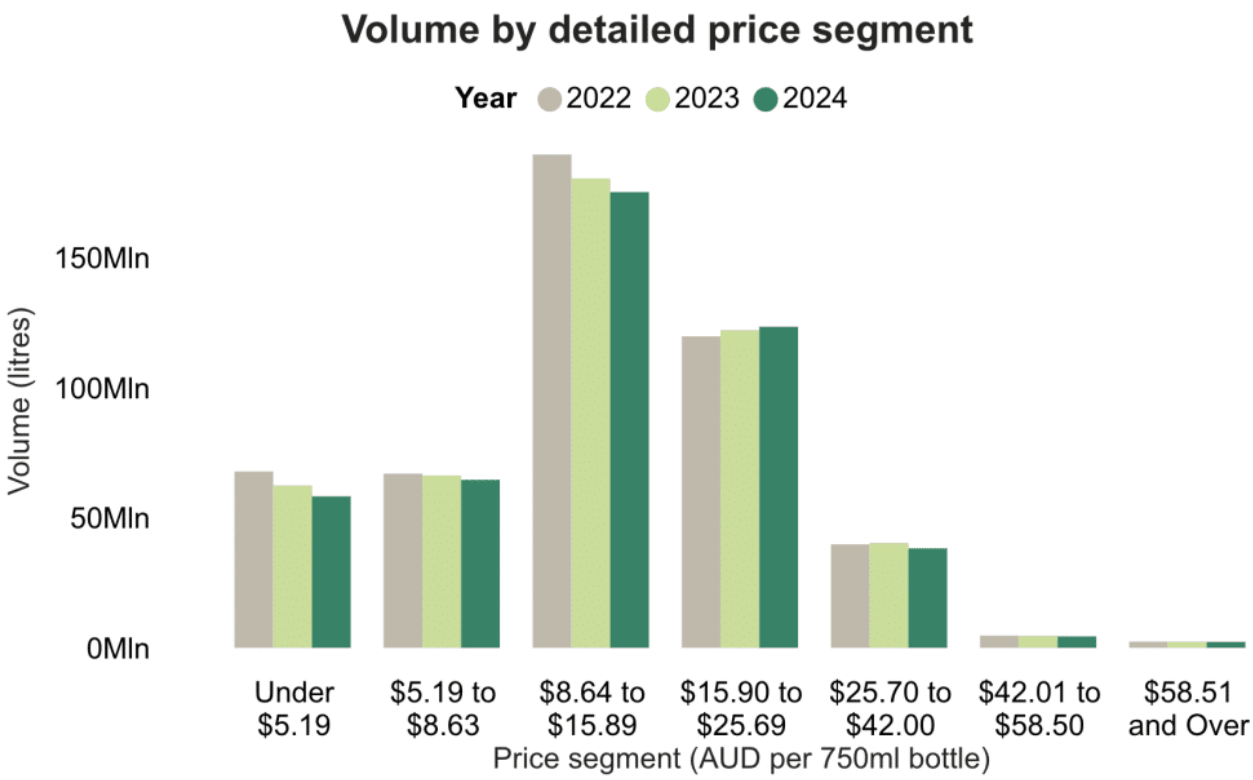
**Un aspetto particolarmente innovativo del progetto è il cambio di prospettiva nell’analisi del consumatore.** L’attenzione si è spostata dal tradizionale profilo demografico (età, sesso, reddito) all’**occasione di consumo** come principale motore della scelta. Non si parla più di “consumatori di vino” o ” consumatori di birra”, ma di consumatori che scelgono una bevanda alcolica in base al momento e al contesto.




Per approfondire questa visione, Wine Australia ha sottoscritto un abbonamento triennale alla piattaforma Growth Scope, leader nella ricerca sulle occasioni di consumo. Questo permette di analizzare nel dettaglio il “chi, cosa, quando, dove, perché e quanto” di ogni occasione di consumo di alcolici, fornendo insight preziosi sulle motivazioni funzionali ed emotive che guidano le scelte dei consumatori.

## Affrontare le sfide del canale on-premise

Il progetto ha anche messo in luce le **difficoltà del canale on-premise** (ristoranti, bar, pub e club), che in Australia ha visto un **drastico calo dei volumi, passati da 86 milioni di litri nel 2019 a 58 milioni di litri nel 2024**. Per comprendere le ragioni di questo declino e identificare le opportunità future, è stata commissionata una ricerca specifica, i cui risultati sono ora a disposizione di tutte le aziende vinicole.




## E in Italia? Un modello da replicare

**L'iniziativa australiana rappresenta un esempio eccellente** di come la trasparenza e la condivisione dei dati possano sostenere un intero settore. **Anche in Italia**, dove il mercato del vino è estremamente ricco e variegato ma anche frammentato, **uno strumento simile sarebbe di enorme valore**. Sebbene esistano diverse fonti di dati (Ismea, Istat, report di settore), manca una piattaforma unica, accessibile e integrata che possa fornire una visione d'insieme, dal comportamento del consumatore finale alle dinamiche della grande distribuzione e del canale Horeca.

**Avere a disposizione dati aggregati e di facile consultazione** permetterebbe alle cantine italiane, specialmente a quelle di piccole e medie dimensioni, di:

- prendere decisioni più consapevoli,
- comprendere meglio le tendenze di consumo,
- adattare la produzione,

- competere in modo più efficace sia sul mercato interno che su quello internazionale.

In un contesto globale sempre più competitivo, la conoscenza è potere: rendere il mercato più trasparente è il primo passo per costruire un futuro più solido per il vino italiano.

---

## Punti chiave:

1. **Accesso gratuito ai dati:** Wine Australia ha lanciato la **Domestic Sales Dashboard**, una piattaforma online gratuita che aggrega dati cruciali su vendite, ingrosso e consumatori.
2. **Mercato interno strategico:** il mercato domestico si conferma il più importante, assorbendo **quattro bottiglie su dieci** del vino venduto in Australia.
3. **Focus sull'occasione di consumo:** l'analisi si sposta dal profilo del bevitore al **contesto di consumo**, per capire le reali motivazioni dietro la scelta di un vino.
4. **Crisi del canale on-premise:** il progetto analizza il drastico calo delle vendite in bar e ristoranti, passate da 86 a **58 milioni di litri** tra il 2019 e il 2024.
5. **Un modello per l'Italia:** l'approccio australiano basato su **trasparenza e dati condivisi** è un esempio da seguire per rafforzare anche il frammentato mercato del vino italiano.