# Vino spumante: la Cenerentola sta diventando principessa?

scritto da Emanuele Fiorio | 17 Dicembre 2024

*Lo spumante si conferma tra i protagonisti più dinamici del mercato vinicolo globale, con vendite cresciute del 5% annuo negli ultimi 20 anni e un valore che rappresenta il 20% del totale. Dall'Europa ai mercati emergenti come Australia e Giappone, l'innovazione e l'appeal senza tempo degli sparkling wines guidano nuove opportunità.*

Il **vino spumante** si conferma una delle categorie più dinamiche e apprezzate del panorama vinicolo globale, con una **crescita costante negli ultimi due decenni sia in termini di produzione che di vendite.** Come rivela l'ultimo bollettino di mercato di Wine Australia, dedicato al settore degli sparkling wines, dietro a questo trend si nascondono dinamiche complesse, influenzate da mercati in evoluzione, sfide economiche e mutamenti nei comportamenti dei consumatori.

Secondo l’Organizzazione Internazionale della Vigna e del Vino (OIV), **la produzione globale di spumante è aumentata del 57% tra il 2002 e il 2018**, passando da 1,25 miliardi di litri a un record di 2 miliardi di litri. Nonostante questa impressionante crescita, **lo spumante rappresenta solo il 7% della produzione vinicola mondiale**, una nicchia rispetto ai vini fermi che detengono oltre il 90% del mercato produttivo.

L’Europa domina la scena produttiva, con l’80% del totale globale. **Italia e Francia si confermano leader con il 27% e il 22% della produzione mondiale** rispettivamente, seguite dalla Germania. In Italia e Francia, lo spumante rappresenta circa il 10% della produzione vinicola totale. L’Australia, con il 4%, occupa il sesto posto tra i produttori mondiali, ma si distingue per dinamismo e innovazione.

Le vendite globali di spumante hanno raggiunto i 37 miliardi di dollari nel 2023, secondo IWSR. **Nonostante rappresenti solo il 7% della produzione mondiale, lo spumante costituisce il 20% del valore** delle vendite di vino, ciò riflette un posizionamento di alta gamma. **Negli ultimi 20 anni, il valore delle vendite è cresciuto del 5% annuo**, un ritmo significativamente superiore rispetto ai vini fermi (+2%) e ai vini fortificati, in declino del 2%.

**Gli Stati Uniti si posizionano come il più grande mercato per valore**, con una quota del 19% e un giro d’affari di 7 miliardi di dollari. Seguono il Regno Unito, la Germania e il Giappone. Italia e Francia, invece, vedono una predominanza del consumo di spumanti locali: il 92% delle vendite in Francia e l’83% in Italia sono riferite a prodotti nazionali. Negli USA e nel Regno Unito, invece, domina l’importazione: **il mercato USA vale 5 miliardi di dollari, mentre quello britannico 3 miliardi**. L’Australia, sesta nel ranking globale, presenta un equilibrio interessante, con il 55% del mercato occupato da spumanti importati e il 45% da prodotti locali.

**Il 2023 ha mostrato risultati altalenanti per le vendite di**

**spumante**. Negli USA e nel Regno Unito si sono registrati cali rispettivamente dell'1% e del 2%. Al contrario, Germania e Giappone hanno continuato a crescere, rispettivamente del 9% e del 4%. In Australia, dopo un periodo di crescita sostenuta, le vendite di spumanti importati si sono stabilizzate, segnando un rallentamento.

In **Australia**, il mercato interno vede lo **spumante locale come categoria dominante**, con due terzi delle vendite totali. Le importazioni di Champagne francese e Prosecco italiano rappresentano ciascuna il 15%. **Il Prosecco, in particolare, è il segmento a più rapida crescita**, con un incremento delle vendite del 37% negli ultimi due anni. Nonostante ciò, la pandemia e le pressioni sul costo della vita hanno rallentato il mercato complessivo, con previsioni di ripresa nei prossimi cinque anni.

Nel mercato australiano, il Prosecco domina il segmento di crescita, mentre lo **Champagne subisce un calo significativo** (-28% in due anni). Questo declino evidenzia l'impatto della sensibilità ai prezzi, che continua a spingere i consumatori verso alternative più accessibili.

*Leggi anche – Australia, Prosecco: la versione locale si impone su quella italiana*

Sul fronte dell'export, l'Australia ha affrontato una sfida importante: il valore delle esportazioni è passato da un picco di 87 milioni di dollari nel 2007 a 40 milioni nel 2023. **I segnali di ripresa sono evidenti, specialmente per i vini spumanti, che costituiscono il 63% dell'export australiano.** La Nuova Zelanda è il principale mercato di destinazione, con una crescita annua del 17% negli ultimi cinque anni. In aumento anche le esportazioni verso Thailandia e Svezia.

In Australia, il numero di consumatori di spumante si mantiene stabile a 8,7 milioni, nonostante la crescita della popolazione adulta. Tuttavia, **il numero di consumatori**

**abituali è diminuito, con una flessione dei bevitori più giovani (18-24 anni).** Le donne rappresentano la maggioranza (54%), mentre gli uomini stanno aumentando la loro presenza, pur restando in minoranza.

Il mercato dello sparkling wine si conferma un protagonista del panorama globale, grazie a una crescita costante e alla capacità di adattarsi alle sfide economiche e ai mutamenti del consumo. **Lo spumante dimostra una straordinaria capacità di evolversi e adattarsi grazie a innovazione, versatilità e un appeal senza tempo**; se da un lato l'Europa continua a dominare la produzione, dall'altro mercati emergenti e dinamiche di esportazione offrono nuove opportunità.

---

## Punti chiave:

1. **Crescita del mercato globale dello spumante:** Nonostante rappresenti solo il 7% della produzione vinicola mondiale, il valore delle vendite di spumante è cresciuto del 5% annuo negli ultimi 20 anni, raggiungendo 37 miliardi di dollari nel 2023.
2. **Dominio europeo e produzione globale:** L'Europa produce l'80% dello spumante globale, con Italia e Francia come leader, contribuendo rispettivamente al 27% e al 22% della produzione mondiale.
3. **Espansione dei mercati emergenti:** Stati Uniti, Regno Unito, Germania e Giappone sono i principali mercati per valore. L'Australia si distingue con il Prosecco come segmento in forte crescita (+37% in due anni).
4. **Sfide e opportunità nelle esportazioni:** L'Australia ha visto un calo delle esportazioni di spumante dal 2007, ma segnala una ripresa con una crescita del 17% annuo in mercati come Nuova Zelanda e Svezia.
5. **Evoluzione dei consumi:** Cambiano i comportamenti dei

consumatori, con una flessione nei giovani consumatori (18-24 anni) e una crescente sensibilità al prezzo, che spinge verso alternative più accessibili come il Prosecco.