Alla scoperta del “wine paradox”

scritto da Fabio Piccoli | 11 Maggio 2025



L’articolo esplora il “wine paradox” in Lituania, dove la richiesta di vini a basso prezzo coesiste con un mercato in declino e una crescente domanda di qualità. Tra modelli distributivi obsoleti e consumatori disposti a pagare per vini migliori, l’autore invita a una riflessione sui cambiamenti necessari nel settore.

Sono alla fiera Vino Dyenos a Vilnius in Lituania.

La Lituania, con i suoi oltre 3 milioni di abitanti, **è la più popolata tra le tre Repubbliche Baltiche** (le altre due sono Lettonia ed Estonia) **e quella storicamente più interessante come mercato del vino**.

Anche se il 2024 è stato un anno decisamente negativo per l’import di vino in Lituania, che ha visto più che dimezzare

il suo valore, **l'Italia in termini di valore ha perso meno di altri Paesi passando dai circa 40 milioni di euro del 2023 ai 38,8 dello scorso anno**.

Ma è indubbio che **anche la Lituania**, dopo un periodo di interessante crescita, **sta registrando un declino preoccupante in termini di import di vino** e i diversi operatori che ho intervistato qui a Vilnius non sono riusciti a darmi una spiegazione chiara e condivisa.

Vi sono, anzi, alcune contraddizioni perché d**a un lato l'economia in quest'area balcanica registra ancora un buono stato di salute dall'altro questo non corrisponde ad un'altrettanta crescita dei consumi, compreso quello del vino**.

Comprendere le motivazioni non è mai semplice ma io ho sempre di più la sensazione che **il problema non sta nel prezzo ma nella proposta**, nei modelli distributivi, nella cosiddetta "intermediazione commerciale" del vino che appare sempre più obsoleta.

Anche qui a Vilnius abbiamo sperimentato quello che si può definire "*the wine paradox*", uso l'inglese non per fare il figo ma perché **è un fenomeno mondiale**.

Gli operatori del settore, infatti, i buyer in tutte le loro diverse declinazioni, evidenziano come **per avere oggi un corretto *appeal* sui mercati servono vini a basso prezzo**.

Addirittura gli organizzatori di Vino Dyenos nel loro sito scrivono quanto segue: "Vilnius, con una popolazione di 700.000 abitanti, è il cuore pulsante del mercato del vino, anche se il vino è venduto in tutto il Paese. **Non ci sono dati concreti su cui basarsi, ma i distributori presenti alla fiera sono tutti d'accordo che i vini da 5 a 7 € rappresentano il 95% dei consumi**. **Esiste un segmento premium, ma è estremamente ridotto**. I vini commerciali devono costare meno di 2€ ex-cantina – e sarebbe ancora meglio se fossero a 1€; la tassa di consumo è di 1,48 €, l'IVA è al 21%, e la logistica aggiunge

altri 0,60 € per bottiglia. I margini sono pertanto molto stretti”.

Messa così, **quasi nessun produttore sarebbe legittimato a venire ad una fiera di questo genere in un Paese che è disponibile a spendere per una bottiglia di vino meno di una bottiglietta d’acqua**.

Poi, però, inizi ad incontrare qualche importatore, qualche sommelier e, soprattutto, **tantissimi appassionati di vino che affollano ogni anno il padiglione di Vino Dyenos**, che non solo sono alla ricerca di vini di qualità ma sono altrettanto disponibili a spendere il giusto.

E, a ulteriore riprova, **leggi le carte vini di alcuni ristoranti di Vilnius e ti accorgi di prezzi elevatissimi, totalmente ingiustificati per molte etichette**.

Allora ti sorge il dubbio: **ma la richiesta di vini a bassissimo prezzo da chi è determinata?** Dai consumatori considerati sempre più poveri o da buyer (o presunti tali) che vogliono speculare fino all’ultimo centesimo?

Ogni tanto si dice che la società civile è più avanti rispetto a quella politica (spesso non ci vuole molto per la verità), io sono sempre più convinto che i consumatori siano decisamente più avanti di coloro che gli vendono il vino.

Se a questo aggiungiamo i filtri che le *lobby* di alcuni importatori stanno imponendo per evitare che il loro mercato si allarghi e consenta l’ingresso di altri *player* (sia in termini di altri importatori e di conseguenza anche di altri produttori) **si comprende facilmente di come il vino fatichi ad espandersi anche su quei mercati in cui vi sarebbero tutte le condizioni ideali per avere successo**.

E la Lituania è un, seppur piccolo, esempio in questa direzione.

Esiste allora una soluzione per risolvere questo "*wine paradox*"? Innanzitutto riconoscerlo e non continuare a salvaguardare un modello di sviluppo commerciale del vino che è obsoleto da tanto tempo.

Non si tratta di non riconoscere a moltissimi "intermediari del commercio del vino" i meriti che hanno avuto fino ad oggi, ma a**nche per questo segmento**, così strategico per la filiera del vino, **è arrivato il tempo di cambiare**. Tutelare pochi, ormai sempre più vecchi tra l'altro, per impedire a tanti altri di crescere a me sembra una follia.

Se c'è chi la pensa in maniera diversa da me lo prego di convincermi del contrario.

Punti chiave

1. **"Wine paradox" evidenzia una contraddizione**. tra la domanda di vini a basso prezzo e la ricerca di qualità.
2. **I consumatori sono disposti a pagare per vini di qualità**, nonostante un mercato in declino.
3. **Il modello distributivo attuale è obsoleto** e non adatto alle esigenze del mercato.
4. **Le lobby degli importatori limitano l'accesso al mercato** per nuovi player e produttori.
5. **La soluzione sta nel cambiare il modello commerciale e smettere di salvaguardare vecchi intermediari.**