

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 da 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 Duenos 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 Dynos**, 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 anche 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.**