

Africa e vino? Entro il 2050 nel mondo una persona su quattro sarà africana

scritto da Emanuele Fiorio | 30 Aprile 2025



In un mondo in cui i consumi di vino stagnano, l'Africa emerge come il nuovo orizzonte per l'export vitivinicolo. Con una crescita demografica ed economica rilevante e una concorrenza ancora limitata, il continente africano offre opportunità strategiche decisive per chi saprà muoversi con lungimiranza. Il futuro del vino potrebbe iniziare proprio da qui.

La crisi dei consumi di vino non è più un'ipotesi: è realtà. E i numeri parlano chiaro. **Negli Stati Uniti**, secondo il *State of the Wine Industry 2025* della Silicon Valley Bank Wine Division, **i ricavi delle cantine sono diminuiti del 3,4% nel 2024**, mentre i costi amministrativi sono saliti del 5,5% e le spese per interessi addirittura del 12%. La liquidità è calata

del 14% e i prestiti bancari sono aumentati del 77%. Situazione altrettanto allarmante in Europa: **in Francia**, patria storica del vino, i **consumi sono crollati del 15%** in un solo anno e del 70% negli ultimi sessant'anni, secondo stime ufficiali dell'Unione Europea.

Le cause sono molteplici: dalle campagne dell'Organizzazione Mondiale della Sanità che collegano il consumo di alcol a oltre 200 patologie, ai cambiamenti demografici che modificano le abitudini di consumo, passando per la crescente sovrapproduzione di uva. I mercati maturi si stanno lentamente ma inesorabilmente prosciugando. Il comparto vitivinicolo mondiale, che oggi vale circa 330 miliardi di dollari, non sparirà certo da un giorno all'altro. Tuttavia, senza nuove strategie, si avvia verso una fase di contrazione lenta e costante.

Se l'Europa, l'America e perfino l'Asia mostrano segnali di stagnazione demografica, l'Africa viaggia in direzione opposta. Secondo le stime delle Nazioni Unite, **la popolazione africana crescerà dagli attuali 1,4 miliardi a quasi 2,5 miliardi entro il 2050.**

Non solo: **il continente africano si appresta a diventare la seconda area economica a più rapida crescita al mondo**, con un tasso annuo previsto del 4,3% secondo l'African Development Bank. Alcuni Paesi mostrano dati ancora più sorprendenti: il PIL reale di Zambia, Sudan e Sud Sudan crescerà rispettivamente del 6,6%, 8,3% e 27,2% nel 2025 (fonte IMF). Una dinamica che sta rapidamente ampliando le classi medie e medio-alte, quelle tradizionalmente più interessate all'acquisto di beni di qualità come il vino.

Come rileva Kathleen Willcox in un recente articolo apparso su Wine Searcher, **chi ha intuito per tempo il potenziale africano è stato il mondo di Bordeaux.** Sylvie Cazes, proprietaria dello Château Chauvin a Saint-Émilion, racconta: "Quando ho iniziato dieci anni fa in Costa d'Avorio e Camerun c'erano pochi

importatori. In una decade il mercato è cresciuto in maniera significativa, grazie all'espansione delle classi medie e del loro interesse per il vino". Oggi, Bordeaux esporta 35.000 ettolitri di vino in Costa d'Avorio (decimo mercato per volume) e 19.000 in Camerun (dodicesimo per volume), secondo il Conseil Interprofessionnel du Vin de Bordeaux.

Nel 2017, la storica confraternita della Jurade di Saint-Émilion ha inaugurato una sede proprio in Costa d'Avorio, espandendosi poi in Camerun con una nuova Cancelleria presso l'Ambasciata di Francia. Il messaggio è chiaro: **l'Africa non è più solo una possibilità, è già una realtà concreta per chi sa muoversi con lungimiranza.**

Certo, non tutto è semplice. **Infrastrutture carenti, instabilità politica, complessità burocratiche: i rischi non mancano.** Ma come sottolinea Dr. Christian Lindfeld di Africa Ventures Advisory, **l'Africa non è un blocco omogeneo.** Alcuni Paesi offrono oggi condizioni economiche e politiche molto favorevoli agli investimenti stranieri.

Inoltre, Lindfeld evidenzia **3 ragioni decisive per puntare sull'Africa:**

1. crescita demografica ed economica costante;
2. limitata concorrenza nella produzione interna di vino (solo il Sudafrica ha una presenza significativa);
3. scarso presidio del mercato da parte dei player globali.

Attualmente, **solo circa l'1,5% delle esportazioni mondiali di vino è destinato all'Africa.** Chi saprà cogliere le esigenze locali – in termini di gusto, packaging e stili di consumo – potrà conquistare quote di mercato significative.

Le **preferenze dei nuovi wine lover africani** iniziano a delinearsi:

- **Vini leggeri e fruttati** (soprattutto rosé) sono molto richiesti nei climi caldi come quello del Kenya.
- **Champagne e spumanti** hanno grande appeal in Paesi come Nigeria e Angola, dove il momento del brindisi ha una forte connotazione sociale.
- **Moët & Chandon** domina il mercato di Lagos, capitale economica della Nigeria.
- **Il Prosecco** inizia a farsi largo, cavalcando la moda dei vini frizzanti più accessibili.

Come sottolinea Matome Mbatha, market manager di Wines of South Africa, l'infrastruttura nei principali hub africani (come Nairobi) è migliorata rapidamente, facilitando la distribuzione e conservazione del vino. Inoltre, **l'accordo AfCFTA** (African Continental Free Trade Area) **firmato nel 2021 promette di semplificare ulteriormente i flussi commerciali**, creando un mercato unico di beni e servizi su scala continentale.

Se nel 2050 una persona su quattro nel mondo sarà africana, il settore del vino non può ignorare questo scenario. Penetrare questi mercati richiederà pazienza, adattamento culturale, investimenti mirati. **Ma il potenziale di crescita supera largamente i rischi per chi saprà giocare d'anticipo.** L'Africa, oggi ancora marginale nelle mappe dell'export vinicolo mondiale, potrebbe diventare la chiave di volta per il futuro del comparto. Chi saprà cogliere questa opportunità oggi, domani potrebbe essere tra i leader indiscussi di un mercato che sta nascendo davanti ai nostri occhi.

Punti chiave:

1. **Crisi dei consumi nei mercati tradizionali:** Stati Uniti ed Europa registrano cali significativi nei consumi di

vino e crescita dei costi operativi.

2. **Crescita demografica ed economica africana:** Entro il 2050 l'Africa conterà quasi 2,5 miliardi di persone, con economie in forte espansione e una classe media emergente.
3. **Opportunità di mercato:** Limitata concorrenza interna (eccetto Sudafrica) e scarso presidio dei principali player internazionali aprono spazi competitivi.
4. **Preferenze dei consumatori africani:** Forte interesse per vini leggeri, rosé, spumanti e bollicine accessibili, come il Prosecco.
5. **Infrastrutture e facilitazioni commerciali:** Miglioramenti logistici nei principali hub e accordi continentali come l'AfCFTA favoriscono l'accesso ai mercati africani.