

L'Italia cresce sul mercato indiano e aumentano le opportunità

scritto da Giulia Ledda | 18 Luglio 2023



Il **vino** non fa parte della storia dell'**India** né della sua **gastronomia**: basti pensare alle sue pietanze, apprezzate in tutto il mondo ma spesso difficili da abbinare. Tuttavia, l'interesse per questa tipologia di prodotto sta aumentando in maniera considerevole negli ultimi anni, ponendo sempre di più il Paese sotto i riflettori dei *big players* internazionali.

Con più di 1,4 miliardi di individui, si tratta del **secondo stato più popoloso al mondo dopo la Cina**. Nonostante non sia un luogo tradizionalmente vocato alla produzione e al consumo di vino, secondo le informazioni della **Camera di Commercio Italiana per l'India**, questo segmento di mercato ha raggiunto i **150 milioni di euro nel 2022**. Nel 2017 la cifra ammontava a

62,5 milioni, segno di una rapida crescita in soli 5 anni. Si stima che anche il **2023** sarà un anno particolarmente positivo, con un **incremento del 29% del CAGR** – (*Compound Annual Growth Rate* – tasso di crescita annuale composto, calcolato sul rendimento di un determinato bene). Nel 2027 si prevede che il dato aumenti del 30% e raggiunga i 632 milioni di euro.

Si sta inoltre verificando un ampliamento della domanda grazie all'abolizione delle restrizioni sulle quantità e all'abbassamento dei dazi sulle importazioni. Lo scorso anno, **l'Italia si è aggiudicata la seconda posizione tra i principali paesi esportatori di vino in India**, con valori fino 4.929.247 euro, superando la Francia, al terzo posto con 4.495.399 euro e collocandosi subito dopo, **l'Australia**, in testa alla classifica con valori export fino a 9.230.800 euro.

Nel Paese vi sono **diversi canali di distribuzione** di vino e alcolici, tra cui **l'ho. re.ca**, dove le vendite avvengono con un ricarico sul prezzo che va dal 100%, nei posti più economici a diverse migliaia di punti in percentuale nei locali di lusso, come hotel a 5 stelle e raffinati cocktail bar. Il retail comprende sia **negozi privati**, presenti nelle grandi città ove consentiti legalmente, che **“Theka”**, *liquore stores* su mandato dello Stato, più economici. La **vendita online**, fortemente regolamentata a livello governativo, è circoscritta principalmente alle metropoli (Mumbai, Bangalore, Delhi ecc.).

In questo scenario sono gli **spirits** a dominare. L'India infatti è uno dei principali produttori di liquori a livello mondiale e ne importa il 7% per il mercato interno. Anche se il vino contribuisce in minima parte al consumo complessivo di bevande alcoliche ed è spesso considerato un bene di lusso, la sua popolarità è cresciuta in modo sostanziale negli ultimi anni. I **Millennials**, in particolare, ricercano sempre più costantemente un sostituto ai superalcolici e hanno sviluppato un palato più raffinato, grazie a prezzi più accessibili,

all'utilizzo dei social media e agli spettacoli di *"infotainment"* su internet e in televisione.

Il vino, seppur ancora una nicchia, è quindi destinato all'ascesa e costituisce un settore dalle grandi potenzialità; occorre puntare soprattutto sulle nuove generazioni, sempre più interessate a questo mondo, oltre ad essere più attente e consapevoli verso ciò che assaggiano.