La Russia del vino fa largo alla produzione domestica

scritto da Veronica Zin | 8 Maggio 2026



Il mercato del vino russo registra uno spostamento strutturale verso la produzione domestica: nel 2025 il 40% degli acquirenti sceglie etichette locali, contro il 32% fermo sui vini d'importazione. Sanzioni, accise e disponibilità ridotta spiegano in parte il cambiamento, ma cresce anche la qualità delle cantine nazionali. Per i player internazionali, il mercato russo si restringe con rapidità.

Le abitudini di acquisto nel settore beverage russo stanno affrontando un riposizionamento storico, delineando scenari inediti per il commercio internazionale. L'inversione di tendenza delle preferenze riflette un ampio riallineamento comportamentale, profondamente influenzato dall'evoluzione economica e dai massicci investimenti nel comparto nazionale. Il mercato russo, storicamente ricettivo verso i grandi marchi

europei, mostra oggi una fisionomia protezionistica sostenuta da una reale crescita del livello qualitativo.

La fotografia attuale del settore evidenzia uno stacco misurabile rispetto al recente passato. Secondo il report di Wine Intelligence – *Russian Wine Gains Ground as Consumer Preferences Shift* –, **il 40% degli acquirenti russi seleziona oggi etichette locali, superando nettamente il 32% fermo sulle opzioni straniere**. Nel 2022 lo scenario premiava i vini d'importazione con il 51% delle preferenze, contro il 49% destinato al prodotto interno. Questa polarizzazione si estende in anche in altre categorie: **l'analisi conferma che il 57% degli intervistati sceglie la birra russa, l'86% predilige il comparto alimentare domestico e il 72% opta per le bibite locali**.

Una preferenza reale o una scelta obbligata?

È necessario leggere questi dati con cautela. Le restrizioni alle importazioni e le complesse dinamiche geopolitiche hanno alterato sia la disponibilità sia i prezzi delle bottiglie internazionali sullo scaffale. L'analisi di mercato pubblicata da OBICONS – *Panoramica del mercato del vino in Russia* – sottolinea come i recenti aumenti delle accise abbiano penalizzato fortemente le importazioni dai territori ritenuti "non amici", orientando di fatto i consumatori verso opzioni economicamente più accessibili. Quando i vini stranieri costano il doppio o risultano semplicemente introvabili, ci domandiamo se il dato del "40% preferisce il locale" non perda parte del suo peso come indicatore di qualità o fidelizzazione autentica.

Si tratta con ogni probabilità di una combinazione di entrambi i fattori – preferenza crescente e sostituzione forzata – e separare i due contributi è oggi la domanda più rilevante che i dati disponibili non risolvono.

Il miglioramento qualitativo c’è, ma va contestualizzato

L’aumento dei consumi interni trova poi riscontro in un fattore puramente tecnico: il miglioramento del prodotto. **Il salto di qualità delle cantine russe, unito a strategie di branding accattivanti, ha permesso ai produttori di costruire una fidelizzazione duratura**. A supporto di questo dato, la ricerca di Research and Markets – *Russia Wine Market Size and Share Analysis – Growth Trends and Forecast Report 2025-2033* **–** documenta un ricambio generazionale in atto: **i giovani consumatori urbani si allontanano dai superalcolici tradizionali per abbracciare il vino e le nuove produzioni biologiche locali**, trovando un’offerta in grado di competere con gli standard occidentali.

I vini russi dominano le vendite con una quota del 63%, registrando un incremento del 5% su base annua, mentre il settore spumantistico raggiunge l’incredibile cifra del 74% del mercato interno. Questo comporta vendite per 688 milioni di bottiglie di vino locale all’anno.

Guardando al futuro, gli indicatori suggeriscono un consolidamento strutturale del settore domestico. Le indagini di Research and Markets delineano un decennio di crescita costante per i vini premium russi. Mentre le aziende internazionali affrontano ostacoli logistici crescenti, i marchi locali si trovano in una posizione favorevole per capitalizzare queste condizioni e consolidare la domanda interna.

L’analisi dei consumi nel mercato russo invita a una riflessione onesta e obiettiva: un riposizionamento così rapido e così favorevole al prodotto domestico va letto come effetto combinato di politiche protezionistiche, sanzioni, inflazione dei prezzi d’importazione e, solo parzialmente, di una crescita qualitativa autentica. Presentare questo scenario

semplicemente come un successo industriale della filiera vitivinicola russa significa ignorare il contesto in cui è maturato: **uno in cui la libertà di scelta del consumatore è strutturalmente compressa**. Per i player internazionali, la lezione commerciale è reale; ma la cornice geopolitica, con i suoi costi umani e macroeconomici complessivi, rimane sullo sfondo, e ignorarla rende qualsiasi analisi di mercato parziale.

Punti chiave

1. **Il vino russo conquista il 63% delle vendite domestiche**, con un incremento del 5% annuo e 688 milioni di bottiglie vendute.
2. **Le sanzioni e le accise hanno ristretto la disponibilità e alzato i prezzi dei vini d'importazione**, alterando le scelte dei consumatori.
3. **La preferenza per il locale va letta come mix di sostituzione forzata e crescita qualitativa reale**: i dati non distinguono i due fattori.
4. **I giovani consumatori urbani si allontanano dai superalcolici e abbracciano vino e produzioni biologiche locali**, accelerando il ricambio.
5. **Per i brand internazionali, ostacoli logistici e protezionismo strutturale** rendono il rientro nel mercato russo complesso nel medio termine.