

Nuova Zelanda, export sotto pressione: dazi, accise e costi in aumento

scritto da Emanuele Fiorio | 10 Ottobre 2025



Il vino neozelandese affronta una fase critica: volumi esportati +5% ma valore in lieve calo a NZ\$2,10 miliardi. Tariffe USA, accise interne e scorte elevate comprimono margini. Crescono i mercati asiatici, ma la dipendenza dagli sbocchi tradizionali mette il settore in bilico, spingendo verso diversificazione e azioni politiche mirate urgenti.

La Nuova Zelanda ha costruito, negli ultimi vent'anni, una reputazione di eccellenza per i suoi vini – un patrimonio che oggi si trova sotto pressione per ragioni sia commerciali che politiche. **Nel 2025 le esportazioni di vino sono salite del 5% in volume** ma il loro valore è leggermente calato a 2,10 miliardi di dollari neozelandesi, un segnale di crescita

quantitativa che non si è tradotta pienamente in ricchezza per la filiera.

Il cuore del problema è la forte **dipendenza dai mercati esteri**: oltre il 90% della produzione è destinato ai mercati internazionali e la quota principale resta quella degli Stati Uniti, dove le esportazioni neozelandesi sono state valutate 762 milioni di dollari neozelandesi, in calo del 3% sull'anno precedente. Questo calo avviene in un momento in cui **Washington ha introdotto dazi che hanno ridefinito il quadro dei costi per gli importatori** e, quindi, per i consumatori. I nuovi provvedimenti annunciati in aprile e rivisti in estate hanno creato una situazione di forte incertezza: come sottolinea lo stesso rapporto di New Zealand Winegrowers, gli effetti completi di questi dazi non sono ancora del tutto leggibili nei dati di export.

Allo stesso tempo, non tutti i segnali sono negativi. I mercati di seconda fascia – come **Cina e Corea del Sud** – **hanno registrato crescite notevoli**: la Cina ha aumentato le importazioni del 47% arrivando a circa NZ\$56 milioni, mentre la Corea del Sud ha segnato un balzo del 92% fino a circa NZ\$44 milioni. Complessivamente i cosiddetti “**second-tier markets**” **sono cresciuti del 17%** sfiorando i NZ\$600 milioni, e rappresentano oggi una leva strategica per ridurre la dipendenza dai grandi mercati tradizionali.

Tuttavia la dinamica interna non aiuta. Il rapporto mette in evidenza **scorte più elevate del desiderato, domanda di materia prima più debole e una pressione al ribasso sui prezzi delle uve**, condizioni che comprimono i margini dei viticoltori neozelandesi. Sul piano fiscale, per chi vende sul mercato domestico si registra un aumento delle accise: il settore parla di un incremento complessivo di circa **+25% negli ultimi quattro anni**. Questi rincari aumentano il costo di gestione per chi opera anche sul mercato interno.

A completare il quadro c'è la dimensione geopolitica: la mossa

di Trump sui dazi ha scatenato reazioni in tutto il mondo e spinte a misure di sostegno o compensazione – la Commissione europea, ad esempio, ha approvato strumenti per aiutare esportazioni vinicole strategiche a proteggersi dall'impatto sui prezzi e sugli ordinativi. Questo crea un ambiente commerciale volatile dove la politica commerciale gioca un ruolo centrale nelle prospettive di vendita.

Cosa significa per vignaioli e cantine neozelandesi

- **Breve termine:** più scorte e prezzi dell'uva sotto pressione significano margini ridotti per i produttori neozelandesi, specie per chi vende maggiormente all'estero; l'aumento dei dazi viene in parte scaricato sui consumatori, ma non senza un impatto sul volume di vendita.
- **Medio termine:** la crescita del vino neozelandese nei mercati asiatici offre una via strategica – ma serve investimento in marketing, distribuzione locale e garanzia di approvvigionamenti costanti.
- **Politica e lobbying:** il settore avrà bisogno di rafforzare la sua capacità di rappresentanza presso il governo per gestire accise e negoziare strumenti di supporto in caso di shock commerciali.

Il rapporto 2025 di New Zealand Winegrowers fotografa un settore ancora solido dal punto di vista della reputazione e capace di crescere in volume, ma vulnerabile per **concentrazione di mercati, nuove barriere tariffarie e costi interni in aumento**. La sfida ora è doppia: **difendere il valore costruito sul brand “New Zealand”** e, contemporaneamente, **accelerare la diversificazione commerciale** per attenuare i rischi sistematici.

Punti chiave:

1. **Volumi +5%, ma valore in calo**: esportazioni in aumento in volume, valore complessivo sceso a **NZ\$2,10 miliardi**.
2. **Prima mercato: USA** – esportazioni circa **NZ\$762 milioni**; tariffe introdotte ad aprile con aumento ad agosto creano incertezza.
3. **Mercati secondari in crescita**: Cina +47% (NZ\$56 mln), Corea del Sud +92% (NZ\$44 mln); i “second-tier” crescono del 17% a quasi NZ\$600 mln.
4. **Pressione sui costi e sulle scorte**: inventari elevati, domanda d'uva debole e accise aumentate (~+25% negli ultimi 4 anni).
5. **Azioni prioritarie**: diversificazione mercati, gestione scorte e intensificazione del dialogo politico per misure di sostegno.