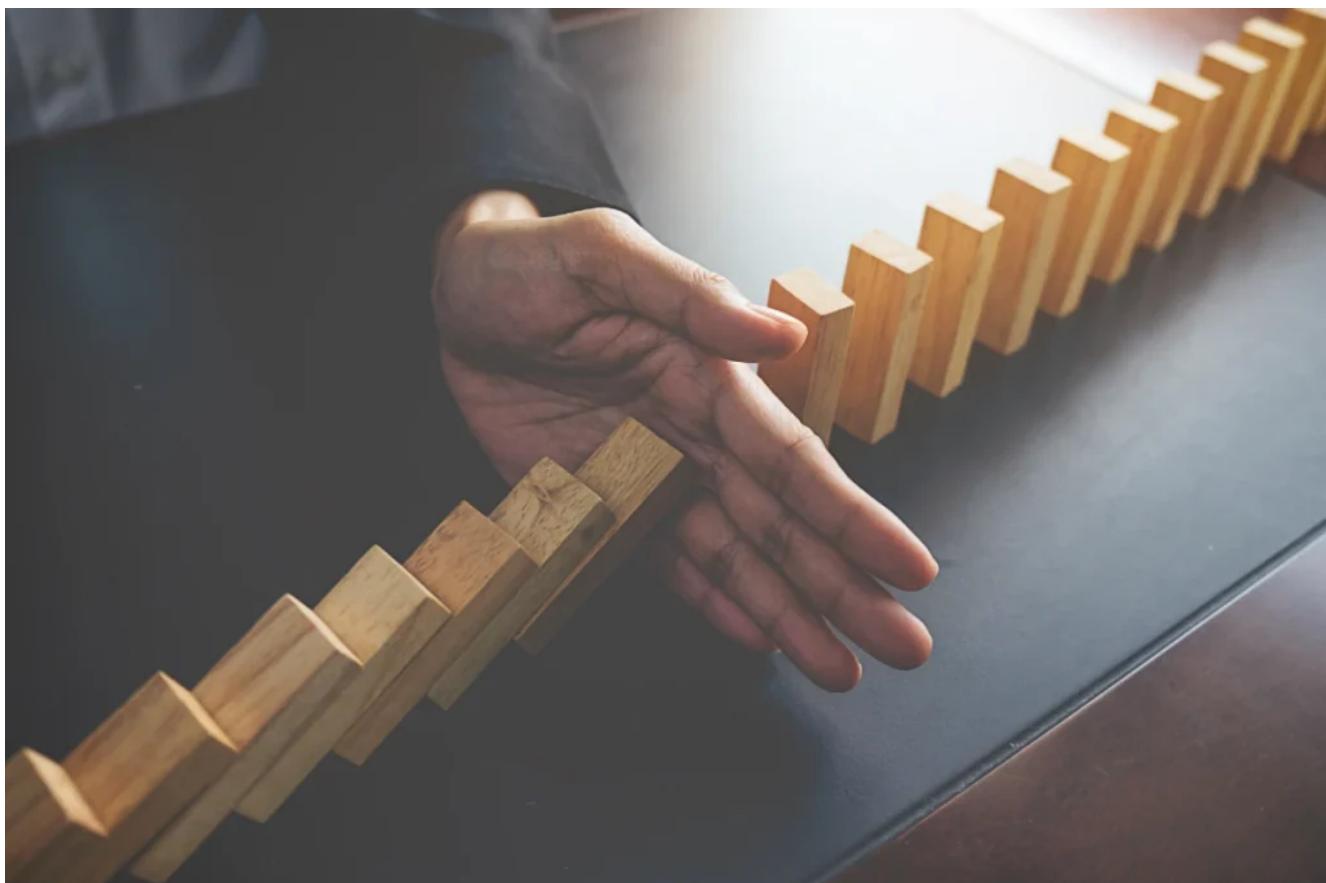


# Geopolitica, consumi e tecnologia: il futuro del beverage si gioca su più fronti

scritto da Emanuele Fiorio | 27 Febbraio 2025



*Geopolitica, consumi e tecnologia stanno ridefinendo il futuro del settore beverage. Tra tensioni commerciali globali, nuovi trend di consumo e il ruolo crescente dell'innovazione digitale, leader del settore si interrogano sulle strategie per restare competitivi. Wine Paris 2025 ha messo in luce le sfide e le opportunità che attendono produttori e distributori nei prossimi anni.*

Il settore delle bevande alcoliche si trova di fronte a una trasformazione profonda, segnata da **tensioni geopolitiche, evoluzioni nei modelli di consumo e nuove opportunità offerte**

**dalla tecnologia.** Durante Wine Paris 2025, leader del settore hanno discusso le sfide attuali e le strategie per affrontare il futuro, mettendo in evidenza la necessità di adattarsi e trovare soluzioni condivise.

Rudolphe Lameyse, CEO di Vinexposium, ha aperto il dibattito sottolineando l'importanza di proteggere i mercati e di esplorare nuove opportunità, affermando: "Adattarsi per proteggere il mercato e trovare nuove occasioni di crescita è essenziale". Le sue parole hanno dato il via a un confronto che ha toccato il ruolo della tecnologia, le dinamiche commerciali in evoluzione e il modo in cui i produttori possono conquistare le nuove generazioni di consumatori.

Don Saint Pierre, co-fondatore di ASC Fine Wine, Miles Beale, CEO della Wine and Spirit Trade Association (WSTA), e Nicolas Ozanam, esperto di export del vino francese, hanno offerto prospettive diverse ma complementari sui cambiamenti in corso.

**Le guerre commerciali tra Stati Uniti, Cina ed Europa continuano a influenzare il mercato del vino e degli spirits.** Nicolas Ozanam ha evidenziato come le esportazioni francesi verso la Cina siano in calo da diversi anni, mentre il mercato statunitense rimane solido ma esposto a incertezze politiche.

Don Saint Pierre ha offerto una visione pragmatica sulle relazioni tra Washington e Pechino: "Trump creerà opportunità inaspettate, favorendo la ripresa della domanda interna in Cina, un vantaggio per chi esporta in quel mercato". Ha inoltre suggerito che **la UE e la Cina potrebbero sfruttare questo momento per ridefinire le loro relazioni commerciali.**

Nonostante le preoccupazioni, Saint Pierre si è mostrato ottimista: "Se un accordo tra Trump e Xi Jinping dovesse concretizzarsi, potrebbe stabilizzare gran parte del commercio globale e creare nuove opportunità per tutti".

**In Europa, un altro ostacolo per il settore è rappresentato dalla recente riforma fiscale del Regno Unito.** Miles Beale ha

riconosciuto le difficoltà, ma ha anche invitato a guardare oltre: “È un processo doloroso e costoso, ma ormai è avvenuto. Piuttosto che soffermarci su questo, dobbiamo pensare alle prossime mosse”. Ha poi aggiunto che l’Europa potrebbe approfittare di un vuoto di leadership nel commercio globale: “La Cina non colmerà questa lacuna, e gli Stati Uniti non sono più il giocatore di un tempo. Ora è il momento per l’Europa di spingere sul libero scambio”.

Un altro aspetto cruciale per il futuro del settore riguarda **il cambiamento nelle abitudini di consumo delle nuove generazioni**. “Le persone bevono meno, ma meglio”, ha osservato Beale. Nel Regno Unito, il consumo di alcol è diminuito del 20% negli ultimi vent’anni, una tendenza che difficilmente si invertirà.

**Secondo Beale, per coinvolgere i giovani è fondamentale semplificare il messaggio:** “Girando per Wine Paris, vedo molti produttori parlare nei minimi dettagli di vitigni, terroir e tecniche di vinificazione. Ma se vogliamo che le nuove generazioni si avvicinino al vino e agli spirits, dobbiamo **rendere la comunicazione più accessibile**”.

L’innovazione tecnologica offre nuove possibilità per il settore delle bevande alcoliche. Beale ha sottolineato il **potenziale dell’intelligenza artificiale e delle piattaforme digitali nel trasformare il commercio globale**. Un esempio è stato il recente ban di TikTok negli Stati Uniti, che ha spinto gli utenti verso la piattaforma cinese Rednote, dimostrando come la tecnologia possa facilitare l’integrazione culturale.

“Gli americani che passano alla versione cinese di TikTok sono una forma di soft power”, ha osservato il panel, evidenziando come le piattaforme digitali possano abbattere le barriere linguistiche e culturali. Per il settore beverage, questo significa nuove opportunità per raccontare i brand in modo più efficace.

Un altro esempio citato è stato l'uso dei **QR code sulle bottiglie per fornire informazioni sulla salute e raccontare la storia del prodotto**. "Le aziende devono saper comunicare la loro identità, e la tecnologia ci permette di farlo in modo innovativo", ha concluso Beale.

Tra incertezze geopolitiche, cambiamenti normativi e nuovi comportamenti di consumo, il futuro del settore beverage si gioca su più fronti. Ma una cosa è certa: **chi saprà adattarsi e sfruttare le opportunità offerte dalla tecnologia** e dalle nuove dinamiche commerciali avrà un vantaggio competitivo decisivo.

---

## Punti chiave:

1. **Geopolitica e mercati in evoluzione** – Le tensioni commerciali tra USA, Cina ed Europa influenzano le esportazioni di vino e spirits. Possibili accordi tra grandi potenze potrebbero creare nuove opportunità per il settore.
2. **Nuove abitudini di consumo** – Le nuove generazioni bevono meno, ma meglio. I produttori devono semplificare la comunicazione e rendere il vino più accessibile per attrarre giovani consumatori.
3. **Sfide normative e fiscali** – La riforma fiscale del Regno Unito crea ostacoli per il commercio del beverage. L'Europa potrebbe approfittare di un vuoto di leadership per rafforzare il libero scambio.
4. **Ruolo strategico della tecnologia** – L'intelligenza artificiale, le piattaforme digitali e strumenti innovativi come i QR code sulle bottiglie stanno trasformando il modo in cui i brand raccontano i loro prodotti.
5. **Necessità di adattamento** – Per restare competitivi, i

produttori devono essere flessibili, pronti a innovare e capaci di rispondere a scenari commerciali in rapido cambiamento.