India: gusti, preferenze e nuove abitudini dei wine lover

scritto da Emanuele Fiorio | 16 Maggio 2025

Il mercato del vino in India sta vivendo una rivoluzione: spinto da urbanizzazione, aumento dei redditi e nuove abitudini di consumo, cresce la richiesta di etichette importate, soprattutto tra i giovani wine lover urbani. L'Australia guida, ma anche Italia e Francia conquistano spazio. Rosé e vini premium trovano terreno fertile, specialmente tra le consumatrici.

C'è fermento nel bicchiere dell'India. Il mercato del vino nel subcontinente, valutato oggi intorno ai 238 milioni di dollari (fonte: India Wine Insider), è **uno dei più dinamici e promettenti dell'Asia**, con un tasso di crescita che sta attirando l'attenzione delle principali regioni vinicole del

mondo. Se i vini domestici dominano ancora in termini quantitativi, **sono le etichette importate a registrare i tassi di crescita più impressionanti**, soprattutto nelle grandi città come Mumbai, Delhi, Bengaluru, Pune, Chandigarh e Hyderabad.

Secondo l'analisi condotta dalla Master of Wine Sonal Holland, pubblicata su India Wine Insider, **le etichette straniere rappresentano già il 33% del consumo totale.** E, complice l'urbanizzazione, l'incremento del reddito disponibile e l'evoluzione del gusto dei consumatori, la quota è destinata ad aumentare rapidamente.

Tra tutte le regioni vinicole del mondo, l'Australia si piazza nettamente in testa. È infatti il principale esportatore di vino verso l'India, detenendo una quota del 46% delle importazioni di vini fermi. **Il motivo? Una combinazione vincente di elementi:**

- profili aromatici fruttati e decisi(ideali per accompagnare i sapori intensi della cucina indiana),
- nomi semplici da pronunciare in inglese,
- un buon posizionamento nel segmento sotto i 15 dollari,
- una strategia commerciale molto attiva.

Il brand Jacob's Creek, a lungo simbolo della presenza australiana in India, è stato venduto nel 2024 da Pernod Ricard ad Australian Wine Holdco Limited (AWL), aprendo di fatto spazi di manovra per altri marchi esteri nel segmento entry-level.

Ma la vera svolta arriva sul fronte dei vini di fascia media e premium. **Grazie all'accordo commerciale ECTA** (Economic Cooperation and Trade Agreement) **tra India e Australia, i dazi doganali sui vini sopra i 15 dollari CIF sono scesi dal 150% al 75%, con una graduale riduzione prevista fino al 25% nei prossimi 10 anni.** Un'opportunità che ha reso i vini australiani di qualità più accessibili, rafforzata da oltre 20

eventi promozionali organizzati da Austrade (la commissione australiana per il commercio e gli investimenti) per aumentare la cultura del vino australiano in India.

Il nostro Paese si posiziona come seconda forza nel panorama vinicolo indiano. Il consumatore urbano associa i nostri vini a un'elevata qualità, rafforzata dalla diffusione della cucina italiana nel Paese. Etichette come Sensi hanno avuto successo con proposte facili da bere come il Montepulciano d'Abruzzo, adatte a un pubblico curioso ma ancora attento al prezzo.

Un altro punto di forza è la pronuncia: rispetto ai nomi francesi, quelli italiani risultano più accessibili per gli indiani, favorendo la memorizzazione e il riacquisto.

La Francia continua a godere di un'aura di prestigio. Anche se Bordeaux e Borgogna restano poco rappresentate per via del prezzo, sono i vini delle regioni meridionali come il **Languedoc e la Valle del Rodano a fare la differenza**. Un esempio emblematico è Le Grand Noir: un rosso semplice ma equilibrato, perfetto per un consumo quotidiano e sempre più popolare tra gli appassionati indiani.

Per quanto riguarda i prodotti statunitensi, **la crescente familiarità con i vini californiani deriva soprattutto dai viaggi.** Molti indiani scoprono etichette statunitensi durante soggiorni di studio o lavoro negli USA e poi le ricercano una volta rientrati. Tuttavia, la penetrazione di questi vini nel mercato resta ancora limitata, soprattutto per mancanza di distribuzione e visibilità.

Un dato sorprendente è la crescita esplosiva dei rosé. Questa categoria è oggi la più dinamica del mercato vinicolo indiano, **trainata in gran parte dalle consumatrici**, che rappresentano il 50% del consumo nazionale di vino. I rosati esteri, per estetica e qualità percepita, risultano più apprezzati rispetto alle produzioni locali.

Parallelamente, si assiste a un **processo di premiumisation**:

cresce la domanda di vini super-premium, come Bordeaux di prestigio, Super Tuscan italiani e vini californiani d'élite. Un ambito dove il mercato indiano mostra una particolare predisposizione, **specialmente in occasioni come i matrimoni**. Il settore wedding in India, con oltre 3,5 milioni di matrimoni celebrati tra novembre e metà dicembre 2024 e una spesa complessiva da 1 trilione di rupie, è una vetrina di lusso dove anche le bollicine più costose trovano spazio.

Infine, **è utile ricordare che il 65% del vino consumato in India è rosso**. La preferenza deriva sia da un'associazione con i benefici per la salute, sia dalla maggiore affinità con la cucina locale. **Le varietà più amate sono Shiraz, Cabernet Sauvignon e Malbec.** Quest'ultima, in particolare, si sta rivelando un outsider vincente per il suo profilo fruttato e "gastronomico". Sul fronte dei bianchi, si affermano Pinot Grigio (per la sua neutralità), Sauvignon Blanc e Chardonnay (per freschezza e aromaticità).

La crescita del vino importato in India riflette una trasformazione più ampia del consumatore indiano: più informato, più esigente e **sempre più attratto da etichette che uniscono qualità percepita, compatibilità gastronomica e accessibilità.** L'Australia domina grazie a una strategia ben strutturata e condizioni doganali favorevoli, seguita da Italia e Francia che beneficiano dell'affinità culturale e della reputazione storica. **I rossi restano i protagonisti, ma si fanno spazio anche rosati e bianchi freschi, soprattutto tra un pubblico femminile in crescita.** Per le aziende vinicole internazionali, l'India rappresenta un mercato in espansione dove vince chi sa coniugare prodotto, prezzo e presenza.

Wine Meridian organizzerà una collettiva durante Prowein Mumbai 2025 per cogliere al meglio le opportunità del mercato indiano. Per maggiori informazioni: contatta redazione@winemeridian.com.

Punti chiave:

1. **L’India è un mercato in forte crescita per il vino importato**, trainato da urbanizzazione, aumento del reddito medio e mutamento dei gusti dei consumatori, in particolare nei centri urbani.
2. **L’Australia domina le importazioni**, grazie a profili aromatici adatti alla cucina locale, nomi semplici, buon posizionamento prezzo e vantaggi doganali derivanti dall’accordo ECTA.
3. **L’Italia si conferma tra i top player**, grazie alla riconoscibilità dei nomi, alla diffusione della cucina italiana e a vini accessibili come il Montepulciano d’Abruzzo.
4. **Cresce la domanda di vini rosé e premium**, specialmente per eventi di lusso come i matrimoni e tra un pubblico femminile in crescita.
5. **Il rosso è ancora la tipologia più consumata (65%)**, con Shiraz, Cabernet Sauvignon e Malbec tra le varietà preferite; tra i bianchi, spiccano Pinot Grigio, Sauvignon Blanc e Chardonnay.