

Polonia: mercato potenziale grazie ai giovani

scritto da Emanuele Fiorio | 25 Novembre 2021



Fino a tempi relativamente recenti, il mercato del vino polacco era un attore marginale rispetto ai grandi mercati europei. Durante la guerra fredda, era raro vedere il vino nei bar e sulle tavole – vodka e birra erano gli alcolici più diffusi. Quando si beveva vino, generalmente proveniva dalle zone meridionali del blocco sovietico, come Romania, Ungheria, Bulgaria e Ucraina.

Dalla caduta del blocco sovietico, la bussola polacca si è spostata verso ovest, prima con l'apertura dei collegamenti con il resto dell'Europa e poi con l'adesione all'Unione Europea nel 2004.

Il cambiamento del panorama politico ha portato a molti **cambiamenti culturali, tra cui l'avvicinamento alle abitudini alimentari e alle bevande dell'Europa occidentale.**

Questo è particolarmente evidente nel mercato del vino in Polonia nell'ultimo decennio, poiché i polacchi più giovani che hanno viaggiato e vissuto in altri paesi dell'UE hanno iniziato a tornare a casa in gran numero, portando con sé i

comportamenti adottati in quei paesi. Allo stesso tempo la **qualità e la gamma di vini in vendita in Polonia si è ampliata considerevolmente.**

Questa evoluzione culturale e la risposta della supply chain, sono due delle ragioni per cui **la Polonia si colloca al 12° posto tra i mercati del vino più attraenti nel report di Wine Intelligence Global Compass 2021**, ed è stata dentro e fuori dalla top 10 negli ultimi 2 anni.

Altre ragioni includono:

- **un lungo periodo di crescita economica**, innescato dall'adesione all'UE e dai successivi investimenti,
- il desiderio, in particolare tra i consumatori adulti più giovani, di **ridurre il loro consumo di prodotti con un alto grado alcolico** come la tradizionale vodka e le acquavite locali.

Nonostante questa crescita positiva dell'ultimo decennio, **il consumo di vino rimane basso per gli standard mondiali, per non parlare di quelli europei**. Secondo l'IWSR, **i volumi totali di vino fermo sono aumentati del 15% dal 2016, ma rimangono ridotti rispetto alla vicina Germania**. Il consumo annuo pro capite è simile a quello di Hong Kong e delle Barbados; italiani, francesi, tedeschi e svizzeri bevono 10-15 volte di più pro-capite.

Tuttavia, a differenza del resto d'Europa, lo slancio e la demografia favoriscono la Polonia: **il consumo complessivo di vino in Polonia è in costante crescita, soprattutto tra i consumatori più giovani**. Solo un quarto dei polacchi adulti beve vino almeno una volta alla settimana, ma una quota molto alta di quei 7,5 milioni di consumatori sono Millennials e Gen Z.

Anche se il prezzo rimane uno dei tre principali criteri di scelta quando si acquista del vino, **i livelli di spesa per bottiglia sono aumentati significativamente negli ultimi 3**

anni. I volumi sono stati leggermente influenzati dalla pandemia, che ha ridotto le occasioni on-premise. I bevitori di vino polacchi sono disposti a concedersi di più dopo la pandemia, comprando vino di migliore qualità e provando nuove bevande alcoliche.

Gli indicatori di coinvolgimento sono in aumento, con quasi la metà dei bevitori di vino che ora dicono che il vino è "importante per il loro stile di vita", contro un terzo nel 2015.