Consumi e produzione di vino in aumento in India: un mercato in forte espansione

scritto da Veronica Zin | 31 Agosto 2024



Hospitalitynews by Guest Vento è una piattaforma dedicata al settore dell'hospitality che offre articoli di approfondimenti, *insight* e interviste esclusive a leader di vari settori, compreso quello del vino.

La testata sarà media partner a ProWine India e per questo abbiamo intervistato la direttrice responsabile, **Shreenidhi Jagannathan** per approfondire le attuali dinamiche del mercato del vino indiano.

Come si è evoluto il mercato del vino in India negli ultimi cinque anni e quali sono le

previsioni per il futuro?

Negli ultimi cinque anni il mercato del vino indiano ha subito una **trasformazione significativa**, con un aumento evidente sia nel consumo che nella produzione.

Il mercato non è più limitato ad un pubblico di nicchia, ma si è esteso ad una fascia demografica più ampia. Per esempio, si sta riscontrando un crescente interesse anche tra i giovani consumatori che si sono rivelati curiosi di esplorare nuove varietà e marchi.

Guardando al futuro, prevedo una **crescita continua** con un mercato che diventerà sempre più sofisticato. Ci sarà un aumento della produzione di vini premium e crescita nella popolarità di segmenti di nicchia come vini biologici e biodinamici.

Quali sono le principali sfide che gli importatori e i distributori di vino devono affrontare oggi nel mercato indiano?

Le sfide sono numerose, ma la più significativa riguarda sicuramente un **panorama normativo sempre più complesso**. Gli alti dazi di importazione e le diverse regolamentazioni statali generano barriere sia all'ingresso che all'espansione del mercato.

Inoltre, bisogna considerare le **difficoltà legate al trasporto e allo stoccaggio**, poiché le variazioni climatiche nel Paese rendono difficile mantenere la qualità dei vini durante lunghi tragitti.

Infine, il **livello medio di conoscenza** dei consumatori rappresenta un'altra area critica: molti potenziali clienti non conoscono ancora le diverse sfumature del vino, il che può rendere difficile la commercializzazione efficace dei prodotti premium.

Considerando il crescente interesse per il vino tra i consumatori indiani, quali sono i trend di consumo tra le varie generazioni?

In India si sta finalmente assistendo a una **maggiore accettazione di stili diversi**. I consumatori più giovani, soprattutto nelle aree urbane, sono più aperti a sperimentare nuove varietà e tendono a preferire vini internazionali, rosati e spumanti. Sono apprezzati anche i vini leggeri di fascia media, ideali da gustare in contesti sociali.

D'altro canto, i consumatori più maturi preferiscono **vini complessi, vecchie annate**, rivolgendosi prevalentemente alla fascia premium e aumentando così la domanda di prodotti di qualità.

Qual è l'impatto delle fiere internazionali del vino come ProWine India sull'industria vinicola locale?

Le fiere internazionali sono cruciali, poiché offrono ai produttori l'opportunità di presentare i propri prodotti a un pubblico globale e di sfruttare occasioni di *networking* e condivisione.

Eventi come ProWine India permettono ai produttori locali di respirare **nuove tendenze e innovazioni** a livello internazionale. L'esposizione a nuove conoscenze consentirà poi di perfezionare l'offerta per rimanere competitivi.

Le fiere rappresentano anche un'ottima **occasione formativa** per aumentare la consapevolezza e la conoscenza del settore.

Proprio in merito alla formazione, come si sta sviluppando l'istruzione nel settore vitivinicolo in India? Ci sono sforzi significativi verso una formazione precisa e attuale?

L'istruzione è la chiave per la crescita del consumo di vino

in India e, proprio per questo, molti produttori e distributori stanno investendo in **programmi di formazione**, **eventi di degustazione**, ***workshop*** **e corsi online mirati**.

Organizzazioni come l'**Indian Wine Academy** sono anche fondamentali nella promozione della cultura del vino attraverso piattaforme digitali.

Il consumatore indiano, per la prima volta nella storia, preferisce il vino ai superalcolici tradizionali. In che modo i produttori e i rivenditori stanno rispondendo a questa nuova esigenza di mercato?

Produttori e rivenditori stanno elaborando **strategie per soddisfare la crescente domanda di vino**.

Per quanto riguarda la produzione locale, i produttori si concentrano sulla creazione di un prodotto che si adatti al **palato dei consumatori indiani**, enfatizzando qualità e accessibilità.

I rivenditori, d'altro canto, stanno ampliando la loro selezione di vini e stanno investendo in **formazione del personale** per migliorare il servizio clienti e la conoscenza dei prodotti.

Inoltre, aumentano i servizi che offrono ***pairing*** **tra *food*&wine** ed **esperienze enoturistiche curate**. Le piattaforme digitali, in questo contesto, sono una leva importante per raggiungere un'*audience* sempre più vasta.