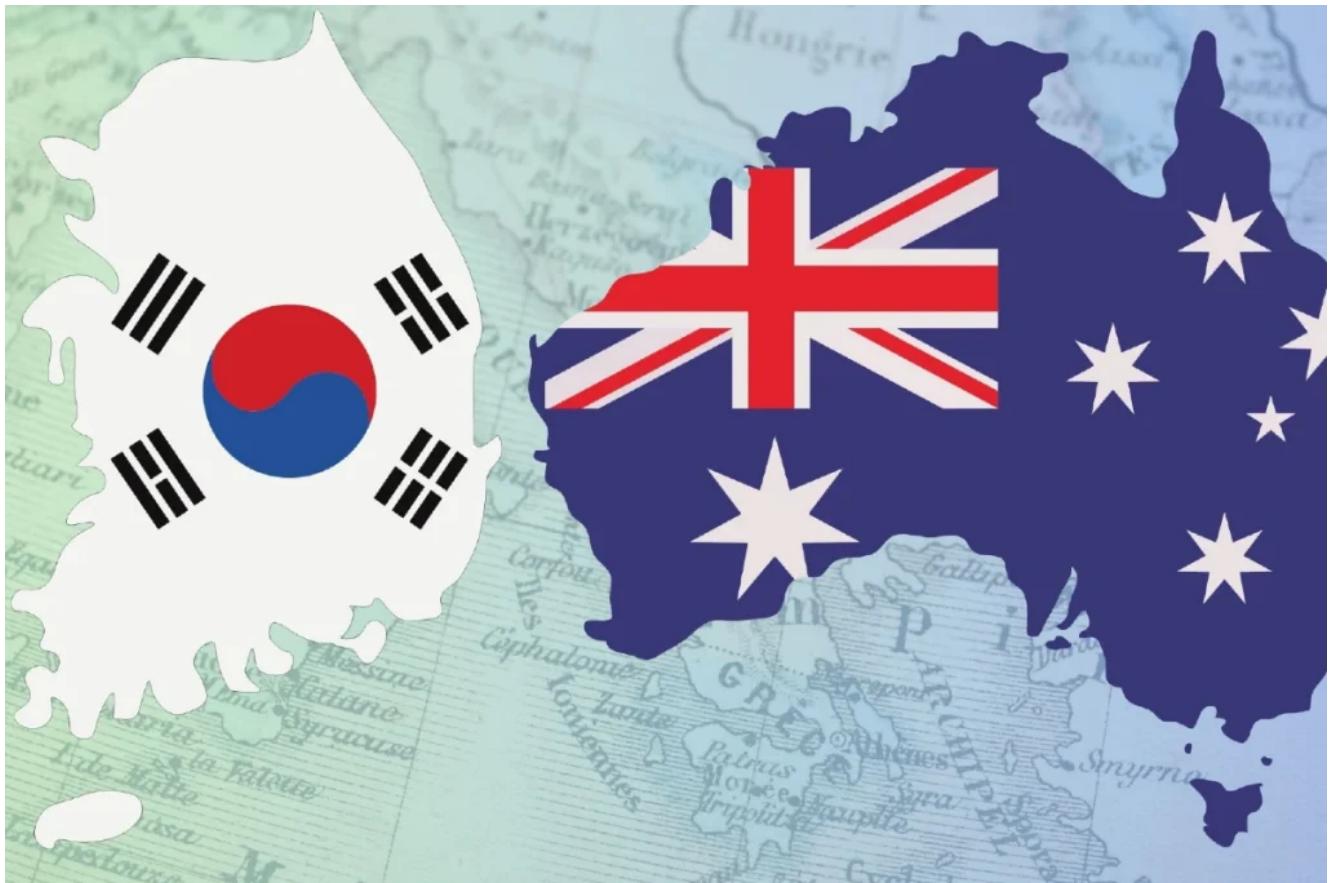


# Australia, destinazione Asia: la nuova geopolitica del calice

scritto da Emanuele Fiorio | 16 Gennaio 2026



*Il settore vinicolo australiano affronta un momento di svolta tra il ritorno strategico in Cina e l'ascesa della Corea del Sud. Tra crisi demografica e l'esplosione dei consumi "single", il mercato asiatico riscrive le regole: i rossi cedono il passo a bianchi e rosé. Un'analisi accurata dei dati di Wine Australia tra sfide globali e nuove opportunità.*

Il settore vinicolo australiano sta attraversando una fase di profonda metamorfosi. Se da un lato la riapertura del mercato cinese ha iniettato una linfa vitale attesa da anni, dall'altro le dinamiche demografiche e i nuovi stili di vita in Asia e in Occidente stanno imponendo ai produttori una revisione totale delle strategie di export. La rimozione dei

dazi ha portato il valore delle esportazioni verso la **Cina continentale** a **847 milioni di dollari** (anno terminato a settembre 2024), con un valore medio per litro salito a **3,94 dollari FOB**.

Tuttavia, molti analisti avvertono che **il mercato cinese non è più quello di cinque anni fa**: il consumo complessivo di vino in Cina è quasi dimezzato a causa della concorrenza dei superalcolici e di un cambio nelle abitudini conviviali dei giovani.

Secondo **l'ultimo bollettino di mercato di Wine Australia**, il focus si sposta ora sulla **Corea del Sud**, un mercato che sta emergendo con caratteristiche uniche: è la quarta economia della regione Asia-Pacifico e ha dimostrato una resilienza straordinaria, rimanendo stabile sia durante la crisi finanziaria globale che durante la pandemia di COVID-19.

## **La nuova era del consumo in Corea del Sud**

L'analisi del report di Wine Australia rivela dati sorprendenti: nell'anno terminato a settembre 2024, le esportazioni di vino australiano verso la Corea del Sud hanno registrato un **incremento del 27% in volume**, raggiungendo i 4,7 milioni di litri. Tuttavia, a questo exploit quantitativo è corrisposto un **calo dell'8% nel valore totale**, sceso a 27,3 milioni di dollari.

Questo fenomeno è strettamente legato a un cambiamento sociale senza precedenti nel Paese asiatico. La Corea del Sud detiene uno dei tassi di fertilità più bassi al mondo (0,72 nel 2023) e vede un'esplosione dei **nuclei composti da una sola persona**, che oggi rappresentano il **42% del totale** (circa 10 milioni di nuclei). Come evidenziato da analisi di settore indipendenti, come quelle di KPMG Wine Industry Insights, questo trend demografico alimenta la cultura del "**homsul**" (**bere da soli a casa**) che spinge i consumatori verso formati più agili e predilige una maggiore varietà.

Un altro dato cruciale riguarda le preferenze stilistiche. Il dominio del **vino rosso** sta vacillando: la sua quota di mercato è scesa dal 69% al 58%, con un calo medio del 3% **annuo**. Al contrario, crescono i **bianchi (+6% annuo)**, i **rosé (+15% annuo)** e le **bollicine (+8% annuo)**.

Le ragioni dietro queste scelte sono psicologiche e funzionali:

- Il **vino rosso** viene scelto perché percepito come **più salutare rispetto ad altri stili**.
- I **bianchi e gli spumanti** sono ricercati per il loro potere **rinfrescante**.
- Il **rosé** sta conquistando il palato coreano per il suo gusto **deciso e dolce**.

## Oltre il Soju: nuove occasioni di consumo

Nonostante la forte **cultura del bere coreana**, storicamente focalizzata su **birra e soju** (un distillato tradizionale di riso o cereali), il vino si sta ritagliando uno spazio importante. Con un consumo di alcol pro capite di **14,6 litri nel 2024**, i sudcoreani sono tra i maggiori consumatori al mondo.

Se le **sessioni post-lavoro con i colleghi** restano il regno di birra e soju, ci sono segnali che il **vino stia diventando sempre più popolare in queste occasioni conviviali**. Tuttavia, il vero boom è avvenuto tra le mura domestiche durante la pandemia, portando il mercato a toccare un picco di 8 milioni di casse nel 2021. Oggi, il mercato si è **normalizzato tornando ai livelli del 2019**, con un consumo di circa **5 milioni di casse nel 2024 (per un valore di 1,1 miliardi di dollari)**. Questo posiziona la Corea del Sud come il **terzo mercato vinicolo in Asia**, dietro solo a Cina continentale (43 milioni di casse) e Giappone (36 milioni).

# Il fattore “wellness” e la produzione 2025

L'industria non deve fare i conti solo con i dazi, ma anche con la salute. Wine Australia sottolinea come la **cultura del benessere** stia riducendo i consumi globali. Sul fronte produttivo, le stime per la **vendemmia 2025** indicano una produzione di 1,13 miliardi di litri, un **aumento del 9% rispetto al 2024**, ma pur sempre del **7% inferiore alla media decennale**. Questo leggero incremento, unito a stock ancora elevati (soprattutto per i rossi delle regioni interne), mantiene alta la pressione sui prezzi delle uve.

L'Australia sta cercando un equilibrio difficile: smaltire le giacenze di vino rosso e, contemporaneamente, cavalcare l'onda del **lusso e della freschezza** richiesta dai mercati asiatici. La sfida per i prossimi anni non sarà solo vendere più vino, ma vendere il vino giusto a una generazione che consuma meno, ma pretende che ogni calice racconti una storia di qualità e benessere.

---

## Punti chiave:

1. La **Corea del Sud** si conferma il terzo mercato vinicolo in Asia con un valore di 1,1 miliardi di dollari, nonostante la normalizzazione post-pandemica.
2. Il **cambiamento demografico**, con il 42% di famiglie composte da una sola persona, sta spingendo il consumo di vino tra le mura domestiche.
3. Si registra un netto spostamento delle preferenze: il **vino rosso perde terreno** (dal 69% al 58%) a favore di bianchi, rosé e bollicine.
4. Il ritorno nel **mercato cinese** ha portato l'export a 847 milioni di dollari, ma il consumo complessivo in Cina

rimane inferiore ai livelli storici.

5. La strategia futura punta sulla **premiumisation** e sulla sostenibilità, rispondendo alla domanda di una generazione che privilegia il benessere alla quantità.