

7 punti per misurare l'attrattività globale del comparto

scritto da Noemi Mengo | 5 Settembre 2019



Wine Intelligence lancia la settima edizione di uno dei report più attesi dai lettori del comparto, ovvero il [Global Compass](#) che, con il 2019, prosegue l'obiettivo di creare una valutazione coerente, misurabile e comparabile di quelli che vengono identificati come i primi 50 mercati del vino nel mondo. Le fonti di Wine Intelligence sappiamo essere sempre precise, il report infatti viene condotto sulla base di un modello statistico che combina prestazioni economiche, valore di mercato e di sviluppo.

Fra i primi fattori emersi c'è sicuramente il rilevamento di un generale **aumento dell'attrattività complessiva**, che deriva da diversi elementi che hanno caratterizzato gli ultimi anni:

da una parte la recente crescita economica nei mercati del vino in via di sviluppo, la liberalizzazione della regolamentazione al dettaglio in luoghi come il Canada, gli Stati Uniti e il Brasile, con un conseguente abbassamento delle tariffe sul vino grazie all'attuazione di accordi di libero scambio; dall'altro lato la crescente minaccia del commercio e la tendenza profonda e condivisa di molte persone a moderare il consumo di alcol per motivi di salute o stile di vita.

Di seguito i punti salienti di Global Compass 2019:

- 1) Grande rilievo occupano sicuramente gli Stati Uniti, su cui si concentra gran parte del rating di attrattività degli strumenti di Wine Intelligence, ma nella Top 5 ci sono anche Canada, Francia, Germania e Paesi Bassi, che si sono spostati dai meandri del nono posto dell'anno precedente;
- 2) La Cina è scesa al sesto posto nella classifica Compass, principalmente a causa del primo declino sostenuto dai vini importati in cinque anni e del rallentamento della crescita economica in generale;
- 3) L'Australia è stata riclassificata da mercato "Stabile" a "Maturo" poiché la crescita di volume e valore è passata in negativo;
- 4) Performance economiche positive ed un mercato più ampio per i vini importati hanno aumentato il rating Compass dei paesi dell'Europa orientale come Polonia, Romania, Ungheria e Slovenia;
- 5) Il Brasile è passato da "Emergente" a "Crescita", grazie ai vantaggi di una catena di approvvigionamento più consolidata (e principalmente guidata dall'e-commerce);
- 6) L'India è entrata nella Top 40 per la prima volta, in gran parte sulla base dei volumi di importazione in crescita (anche se ancora si parte da una base

relativamente bassa);

- 7) La Russia è crollata in classifica, principalmente a seguito di importanti volumi e cali di valore nel mercato del vino globale.

Da questi sette punti si evince che il vino importato in molti casi è sinonimo di crescita e, laddove non lo sia, è garante di una situazione di stabilità, infatti il fatto che non venga riscontrata una crescita non è per forza un fattore negativo, dipende dal mercato, per alcuni la scarsa crescita può essere sinonimo di consolidazione.

Fra gli aspetti positivi a livello mondiale, dobbiamo annoverare l'impatto degli accordi di libero scambio, che hanno sgretolato diversi monopoli al dettaglio, in segno di una riforma che liberalizza il mondo del vino e permette ai consumatori di avere più libertà di scelta e acquisto.

In generale, un'immagine incoraggiante è quella che ci descrive Wine Intelligence, il tutto considerando incertezze politiche ed economiche, disordini come la Brexit, le dispute commerciali del presidente Trump, e persino gli ultimi "scossoni" asiatici.