Vino Australia: le tendenze di consumo

scritto da Emanuele Fiorio | 4 Novembre 2020



L’industria vinicola australiana sta attraversando un periodo particolarmente difficile e complesso per due motivi principali: **gli incendi e la pandemia di Covid-19.**
Negli ultimi 12 mesi gli incendi senza precedenti nel Victoria e nel New South Wales hanno lasciato cicatrici sul paesaggio e cicatrici mentali su tutti coloro che lavorano nel settore vinicolo.
La pandemia di Covid-19 ha causato sconvolgimenti nell’economia australiana e in particolare nel settore dell’hospitality da cui dipende in parte anche l’industria vinicola.
Non dimentichiamo di considerare le potenziali perturbazioni economiche provocate dalla **Brexit e dalle crescenti tensioni commerciali con la Cina.**

I dati raccolti da Wine Intelligence relativi alle scelte,

alle tendenza e all'atteggiamento dei consumatori australiani evidenziano in primis che i **wine drinkers stanno diminuendo. Sono 9,2 milioni di persone, con una flessione di 2 milioni negli ultimi 5 anni.**
I consumatori che bevono vino su base settimanale si sono dimostrati più resilienti, restando sostanzialmente stabili dal 2018. I livelli di **consumo pro capite sono scesi da 26,1 litri nel 2015 a 24,6 litri nel 2019.**

Nonostante ciò **i consumatori abituali di vino stanno spendendo di più**, negli ultimi quattro anni c'è stato un piccolo ma sostenuto aumento della spesa media per bottiglia durante le occasioni off-premise tra i consumatori australiani abituali di vino. Più recentemente, con le restrizioni dovute alla pandemia globale, i consumatori **sembrano disposti a spendere più soldi per bottiglie di vino di qualità**. Ciò vale in particolare per le occasioni a casa, a causa delle restrizioni.

Il duplice shock legato agli incendi della scorsa estate e alla pandemia di Covid hanno portato ad **un'ondata di sostegno degli australiani per i prodotti locali**. I consumatori si stanno rivolgendo sempre più a vini conosciuti e locali, ritenuti più sicuri.
Lo testimonia il fatto che a Luglio 2020 le vendite di vino australiano sono cresciute del 24% mentre sono calati tutti i vini provenienti sia dal Nuovo Mondo – Argentina (-17%), Cile (-15%), USA (-20%), Canada (-12%), Cina (-24%), Sud Africa (-13%) – che dal Vecchio Mondo – Italia (-17%), Francia (-18%), Spagna (-20%), Germania (-17%). Solo la Nuova Zelanda non ha subito flessioni, mantenendo una tendenza stabile.

In linea con quanto si registra su scala globale, una percentuale significativamente più alta di consumatori abituali di vino australiani ha fiducia nella propria conoscenza del vino, nonostante la competenza oggettiva sul vino – vitigni, regioni e origini – sia in diminuzione dal 2016.

In parole povere **la fiducia dei consumatori nella propria conoscenza della categoria è sempre più forte, ma i livelli di conoscenza effettivi testimoniano l'esatto opposto.**
La diminuzione delle conoscenze riguardo a paesi, regioni e produttori di vino è probabilmente dovuta alla ampia disponibilità sul web di informazioni relative al vino che spinge i consumatori a conservare meno elementi.
L'aumento della fiducia negli ultimi anni è stato trainato dai giovani tra i 25 e i 34 anni che si sono dimostrati molto più sicuri della loro conoscenza del vino rispetto ai bevitori in generale.

L'Italia ha superato la Francia divenendo il primo paese importatore di spumante, i volumi degli spumanti nazionali continuano a diminuire lentamente a fronte della crescente concorrenza delle importazioni.
La crescita del volume del Prosecco supera lo spumante francese, un processo iniziato prima della pandemia.
Tuttavia, gli spumanti francesi sono ancora leader di mercato in termini di valore. Il prezzo per 0,75 litri è quattro volte superiore rispetto agli spumanti italiani, grazie allo Champagne.

In conclusione, secondo i dati di Wine Intelligence, ci sono alcune preoccupazioni a lungo termine per la categoria, partendo dal fatto che i wine drinkers diminuiscono, con oltre 2 milioni di adulti che escono dalla categoria dal 2015. Alla base di tutto ciò vi è una combinazione di fattori, tra cui il fascino di altre bevande alcoliche più dinamiche e la riduzione generale del consumo di alcolici.
Il gin e la birra artigianale stanno facendo crescere il loro pubblico e molto probabilmente stanno cannibalizzando alcuni dei tradizionali "momenti" del vino, come le occasioni sociali all'aperto o gli aperitivi. La cosa più preoccupante è che queste due categorie di alcolici sono le più forti tra i giovani bevitori australiani, il vino dovrà affrontare una forte competizione nel prossimo decennio per intercettare

questi consumatori e mantenerli quando diverranno quarantenni e cinquantenni.