



Venerdì 7 Novembre 2025

[Notizie mercati esteri](#) [1]

Il posizionamento del vino italiano rispetto a quello australiano: percezione, pricing, promozione

Il vino italiano continua a consolidare la sua presenza nel mercato australiano, distinguendosi per qualità, varietà dei vitigni e un'immagine legata al lifestyle mediterraneo. Tuttavia, il confronto con i vini locali evidenzia alcune sfide e peculiarità da considerare per chi vuole affermarsi in questo mercato competitivo.

I vini australiani, prodotti principalmente in regioni come Barossa Valley, Margaret River e Hunter Valley, godono di un forte radicamento locale e di un rapporto qualità-prezzo percepito come equilibrato dai consumatori. Al contrario, i vini importati dall'Italia sono generalmente percepiti come prodotti premium, caratterizzati da un forte storytelling legato alla tradizione, al territorio e all'autenticità dei vitigni. Questa percezione positiva si accompagna però a un prezzo più elevato, che può rappresentare una barriera per alcuni segmenti di consumatori, soprattutto nei canali off-trade come supermercati e e-commerce.

In termini di promozione, la strategia più efficace per il vino italiano passa attraverso la valorizzazione della storia del brand, la partecipazione a eventi enologici, degustazioni guidate e strumenti digitali che permettano di raccontare l'origine e le caratteristiche uniche dei prodotti. Gli importatori e distributori locali svolgono un ruolo cruciale nel posizionamento del vino italiano, consigliando il pricing adeguato per ciascun canale e segmento di consumatori. È inoltre crescente l'attenzione verso vini biologici, naturali e con certificazioni di origine, elementi che rafforzano la percezione di qualità e giustificano un premium price.

Dal punto di vista commerciale, le cantine italiane possono beneficiare di collaborazioni con ristoranti, wine bar e retailer di fascia alta, dove il consumatore è più sensibile alla qualità e al racconto del prodotto. Al contempo, la promozione attraverso campagne digitali mirate, storytelling sui social media e degustazioni virtuali rappresenta una leva strategica per fidelizzare un pubblico giovane e curioso, interessato a esperienze enologiche autentiche.

In sintesi, il vino italiano mantiene una posizione di prestigio sul mercato australiano, ma il successo dipende da una strategia equilibrata che sappia combinare percezione premium, pricing adeguato e promozione efficace. Investire in storytelling, certificazioni e canali mirati permette di valorizzare le peculiarità del prodotto e di competere sia con i vini locali che con altre importazioni europee.

(Contributo editoriale a cura della [Italian Chamber of Commerce and Industry in Australia inc.](#) [2])



Ultima modifica: Venerdì 7 Novembre 2025

Condividi

Reti Sociali

ARGOMENTI

Source URL: <https://www.assocamerestero.it/notizie/posizionamento-del-vino-italiano-rispetto-quello-australiano-percezione-pricing-promozione>

Collegamenti

[1] https://www.assocamerestero.it/notizie/%3Ffield_notizia_categoria_tid%3D1122

[2] <https://www.assocamerestero.it/ccie/italian-chamber-of-commerce-and-industry-australia-inc>