



Il posizionamento del vino italiano nel mercato peruviano

Lima, maggio 2025

I Contesto socioeconomico

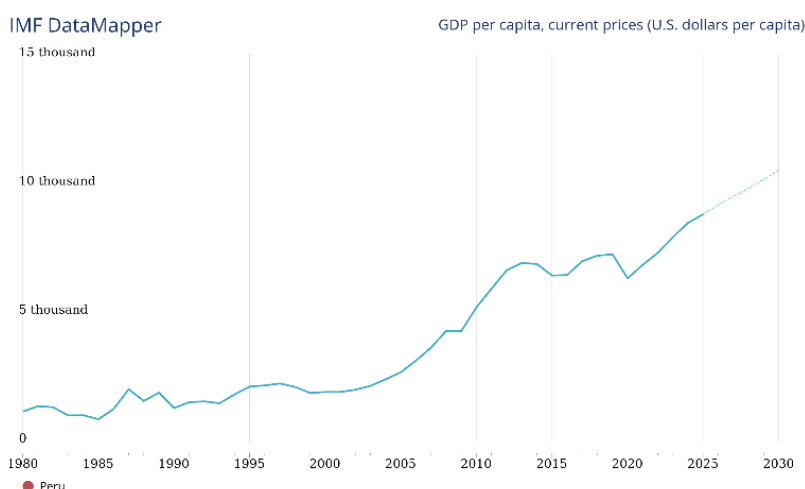
Per comprendere correttamente il funzionamento e le dinamiche del settore vitivinicolo in Perù è fondamentale analizzare il contesto socioeconomico che ha influenzato i modelli di consumo e di commercio negli ultimi decenni.

Il Perù è un Paese in espansione, con una popolazione che supera i 34 milioni di abitanti nel 2025. Circa un terzo di essi risiede nell'area metropolitana di Lima, che si conferma come il principale polo economico, culturale e commerciale del Paese. Tuttavia, il potere d'acquisto della popolazione è molto eterogeneo: la distribuzione della ricchezza presenta forti squilibri, condizionando le abitudini di consumo. Per questo motivo, con lo scopo di meglio intendere la struttura socioeconomica della popolazione la abbiamo divisa in cinque segmenti (A, B, C, D ed E), secondo gli standard adottati dalle agenzie statistiche e di marketing locali. Il segmento A rappresenta i nuclei familiari con il reddito più elevato, mentre il segmento E include quelli in condizioni di maggiore vulnerabilità economica.

I Crescita economica e trasformazione sociale

Il grafico seguente, tratto direttamente dal sito del Fondo Monetario Internazionale (IMF, World Economic Outlook – aprile 2025), mostra l'andamento del PIL pro capite (a prezzi correnti, in dollari statunitensi) del Perù dal 1980 a oggi, includendo anche una proiezione fino al 2030.

Come è possibile notare dal grafico il PIL pro-capite è sempre stato in costante crescita dagli anni 90 del secolo scorso.



©IMF, 2025, Source: World Economic Outlook (April 2025)

I Evoluzione delle preferenze di consumo

Negli ultimi anni, il Perù ha conosciuto un notevole sviluppo economico, con una crescita media annua del PIL prossima al 3%. Questo andamento ha favorito un progressivo rafforzamento dei segmenti socioeconomici B e C, generando, soprattutto nelle aree urbane del Paese, un ceto medio incipiente che ha profondamente modificato le dinamiche di consumo a livello nazionale.

In linea con questa trasformazione, anche il consumo di vino ha subito un'evoluzione. Se negli anni '90 e nei primi anni 2000 il vino era appannaggio quasi esclusivo delle famiglie appartenenti ai segmenti A e B (circa il 9% della popolazione), negli ultimi tempi il consumo ha iniziato ad espandersi anche nel segmento C, che rappresenta oggi circa il 30% della popolazione peruviana.

Ciononostante, per analizzare un comportamento di consumo è necessario considerare sia la componente economica che quella preferenziale. Il Perù è infatti un Paese con una tradizione vinicola relativamente recente, sia in termini di produzione che di consumo.



I Dal Pisco al vino: un cambiamento in corso

I dati sui consumi di vino pro capite in Perù, pari a circa due litri all'anno, sono bassi in confronto ad altri Paesi della regione, come Argentina e Cile, caratterizzati da una consolidata cultura vitivinicola.

Il Pisco, distillato d'uva, occupa un posto centrale nella cultura peruviana. Considerato simbolo di identità e orgoglio nazionale, è parte integrante di incontri sociali, celebrazioni e tradizioni culinarie. Il pisco gode di un trattamento favorevole da parte del governo peruviano, che ne promuove la diffusione e il consumo.

Anche la birra riveste un ruolo significativo nella vita sociale peruviana, soprattutto durante le riunioni informali, gli eventi sportivi e le feste. Le marche locali come Cusqueña, Pilsen e Cristal rappresentano una componente stabile del consumo quotidiano.

I Crescita della domanda e cambiamento nell'offerta

Sebbene il vino non abbia la stessa importanza culturale del Pisco o della birra, negli ultimi anni ha registrato una crescita costante e una maggiore popolarità in Perù, in particolare tra i segmenti urbani della classe media e nell'ambito della ristorazione di fascia alta.

Questa crescente popolarità sta influenzando un cambiamento anche nel tipo di domanda di vino che viene consumato più frequentemente.

Mentre fino a circa 15 anni fa la maggior parte dei vini consumati nel Paese erano di bassa qualità, per lo più con un alto contenuto di zucchero e di produzione locale, negli ultimi anni si è assistito a un progressivo incremento dell'importazione di vini esteri, provenienti principalmente da Argentina, Italia, Cile e Spagna, con un posizionamento medio-alto e un maggiore valore aggiunto.

Parallelamente, l'espansione dei canali distributivi ha reso il prodotto più accessibile, sia in termini di varietà che di disponibilità, anche grazie alla diffusione del commercio elettronico. Oggi, infatti, è sempre più frequente trovare vini importati su piattaforme digitali oltre che nei tradizionali punti vendita fisici.

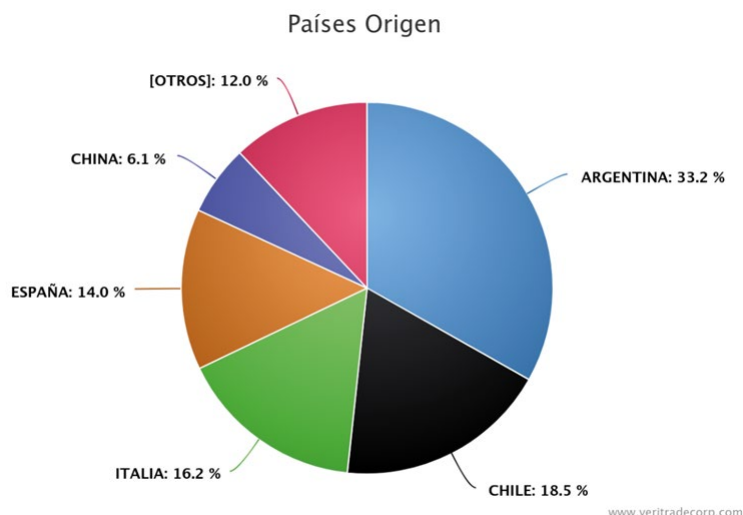
Questa trasformazione riflette l'interesse crescente della popolazione peruviana verso il vino, contribuendo a una dinamica di sviluppo che coinvolge tutto il settore vinicolo.

I Le importazioni di vino e il ruolo dell'Italia

Il livello delle importazioni di vino in Perù ha mostrato una tendenza in crescita rispetto agli anni precedenti. Nel 2019, il valore totale delle importazioni era di 47,35 milioni di dollari; dopo una flessione nel 2020 a 39,91 milioni, le importazioni hanno ripreso a crescere nel 2021, raggiungendo 50,47 milioni, e hanno toccato un picco nel 2022 con 62,31 milioni di dollari. Nel 2023 si sono attestate a 52,97 milioni, mentre nel 2024 hanno nuovamente registrato un incremento, raggiungendo i 57,7 milioni di dollari, a conferma di una dinamica di recupero e consolidamento del mercato.

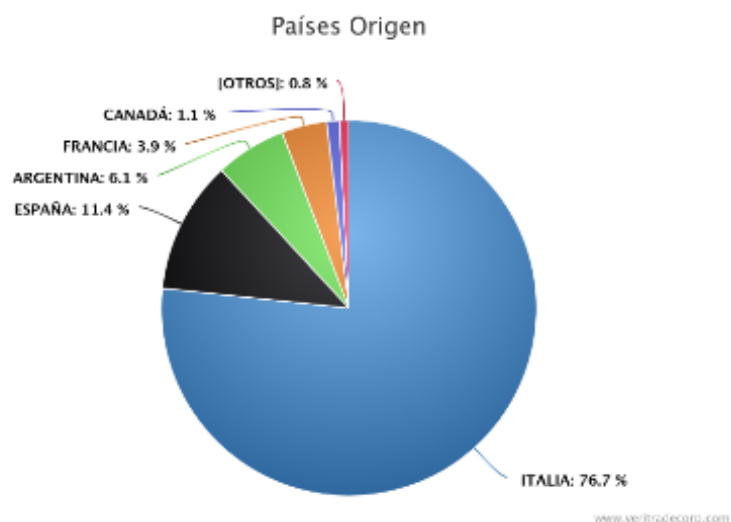
In questo contesto, il vino italiano mantiene una posizione consolidata nel mercato peruviano, con un valore delle importazioni pari a 9,4 milioni di dollari nel 2024. Si conferma così l'interesse dei consumatori peruviani per il vino italiano, riconosciuto per la sua qualità, l'ampia varietà di etichette e la forte presenza nella sottocategoria degli spumanti, sempre più apprezzati in occasioni conviviali e nel settore della ristorazione.

Nel 2019, l'Italia rappresentava il 12,4% del vino importato in Perù, posizionandosi dopo Argentina, Cile e Spagna. Come si può vedere dal grafico del 2024, l'Italia ha registrato una crescita significativa, raggiungendo il 16,2% e superando la Spagna, a conferma di un interesse crescente da parte del mercato peruviano per la qualità e la varietà dei vini italiani.

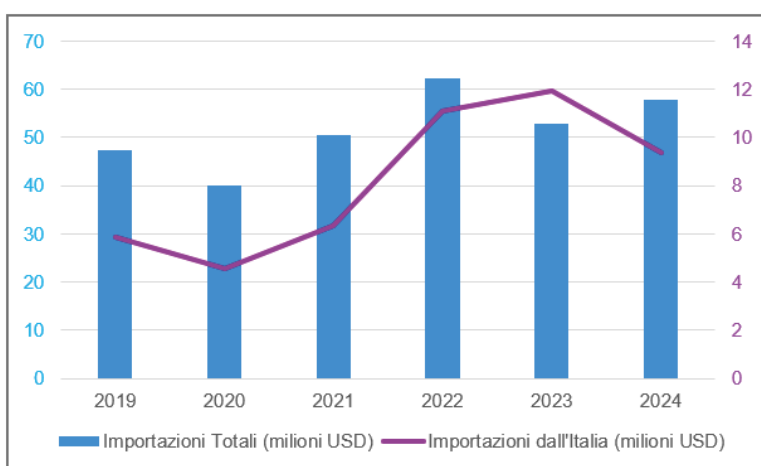


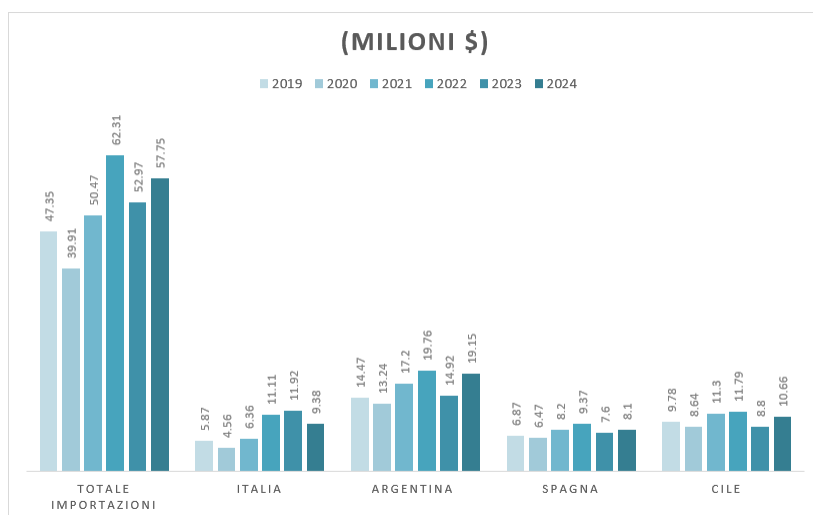


- Questa tendenza si rafforza ulteriormente nel settore degli spumanti: nel 2024, l'Italia domina nettamente il mercato peruviano, con una quota del 76,7% delle importazioni. Un risultato che sottolinea la forte affermazione del prodotto italiano e il suo riconoscimento come simbolo di eccellenza e tradizione enologica.



- In conclusione, il vino italiano è sempre stato di grande importanza tra le importazioni di vino in Perù, raggiungendo però negli ultimi anni una posizione particolarmente rivelante, come si può notare dai grafici seguenti. Tuttavia, si prevede che nel prossimo futuro l'incremento del turismo, investimenti in tecnologia per la produzione vinicola del Paese, nonché il riconoscimento internazionale di alcune cantine peruviane continuino a contribuire alla crescita di questo mercato.





I Prospettive future e opportunità per il vino italiano

D'altra parte, va notato che esiste un crescente riorientamento di alcune aziende vinicole tradizionalmente legate al Pisco verso la produzione di vino, accompagnato da iniziative volte a migliorare la qualità del vino peruviano e a promuoverne il consumo, sia sul mercato interno che su quello internazionale. Ne sono un esempio i vigneti di Ica, che si stanno affermando come realtà emergenti nel panorama enologico nazionale. La concorrenza con i vini argentini e cileni, favorita da una struttura di prezzi generalmente più competitiva, dovuta alla loro vicinanza geografica, potrebbe continuare a rappresentare una sfida per i produttori e importatori italiani. Tuttavia, l'aumento sostenuto della domanda di vini di qualità, di diversa provenienza e stile, lascia spazio a interessanti opportunità di consolidamento.

Per quanto riguarda l'aspetto fiscale, la tassazione sulle importazioni di vino in Perù è attualmente articolata in due componenti principali:

- Impuesto Selectivo al Consumo (ISC): dal 2024, il vino è soggetto a un'imposta ad valorem del 30% sul prezzo di vendita al pubblico (si riferisce a bevande alcoliche con un grado alcolico tra 12° e 20°).
- Impuesto General a las Ventas (IGV): una tassa del 18% sul valore aggiunto, rimasta invariata, che si applica anche al vino importato.

Questi oneri fiscali incidono sul prezzo finale del vino italiano, influenzando le decisioni di acquisto dei consumatori. Un carico fiscale elevato, unito ai costi di trasporto, può rendere il prodotto meno accessibile. Tuttavia, il consumatore peruviano, sempre più informato e attento alla qualità, tende a riconoscere il valore del vino italiano ed è spesso disposto a pagare un prezzo più alto per un prodotto percepito come affidabile, raffinato e distintivo.

Il vino italiano gode infatti di un'ottima reputazione in Perù, con una presenza consolidata nei negozi, nei ristoranti e negli eventi enogastronomici. Anche nel 2024, si conferma tra i principali Paesi esportatori di vino verso il Perù, in un mercato in cui i prodotti italiani continuano a essere sinonimo di qualità.

In conclusione, il mercato vinicolo peruviano rappresenta uno scenario dinamico e in evoluzione, che offre numerose opportunità alle imprese italiane, grazie a una domanda in crescita, un pubblico sempre più ricettivo verso il vino e una progressiva valorizzazione della cultura enologica. Le prospettive per il futuro restano positive, supportate da trend di consumo orientati verso prodotti premium e da una maggiore apertura verso l'importazione di etichette internazionali di alto livello.



I Expo Italia Vino

L'Expo Italia Vino si è affermata come un appuntamento chiave per la promozione del vino italiano in Perù. L'edizione più recente, svoltasi su tre giornate intense, ha generato un impatto economico diretto di circa 120.000 dollari, cifra destinata a crescere grazie ai contatti commerciali avviati durante l'evento e al favorevole contesto stagionale, con il periodo natalizio alle porte.

La manifestazione ha visto la partecipazione di 39 stand, di cui 30 rappresentavano importatori attivi, con la presenza significativa di alcuni delegati provenienti direttamente dall'Italia. Un dato che conferma l'interesse e l'impegno concreto verso l'espansione del vino italiano nel mercato peruviano.

In tre giorni, oltre 2.500 visitatori hanno potuto scoprire e degustare 150 etichette italiane, selezionate tra le 370 complessive che rappresentavano tutte le 20 regioni d'Italia: una vetrina completa e qualificata della ricchezza enologica del Paese.

L'efficacia dell'Expo come strumento di connessione tra domanda e offerta si conferma dunque centrale. Non sorprende quindi che sia già stata annunciata la prossima edizione: Expo Italia Vino 2025 si terrà il 20, 21 e 22 novembre, con l'obiettivo di rafforzare ulteriormente il ruolo dell'Italia nel panorama vinicolo peruviano.

Sitografia:

- SUNAT (La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria) <https://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/pagosgarantias/index.html>
- GOB.PE <https://www.gob.pe/institucion/mef/noticias/899918-mef-actualiza-isc-para-los-cigarrillos-tabaco-recalentado-y-bebidas-alcoholi-cas-a-partir-de-marzo>
<https://www.gob.pe/institucion/mef/normas-legales/5135469-030-2024-ef-15>
- Icontainers <https://www.icontainers.com/es/2016/05/31/exportar-vinos-peru/>
- IMF (International Monetary Fund) <https://www.imf.org/external/datamapper/NGDPDPC@WEO/PER?year=2025&yaxis=lin>
- INEI (Instituto Nacional de Estadística e Informática) <https://www.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/poblacion-y-vivienda/> - Estimaciones y Proyecciones de Población - Población estimada y proyectada por sexo y tasa de crecimiento promedio anual, según año calendario, 1980-2025
- VERITRADE Los valores están redondeados y expresados en millones de dólares.

Questo studio è stato possibile grazie al lavoro di Sara Uras, alla quale la Camera di Commercio Italiana del Perù rivolge un sincero ringraziamento.