UNIT ritorna in Viet Nam per la 4°edizione UNIT WINE TOUR

scritto da Claudia Meo | 7 Settembre 2023



L’Area del Sud Est Asiatico oggi beneficia di una serie di condizioni che, messe a sistema, meritano un focus particolare: alti consumi di alcool, bassi consumi pro-capite del vino, pochissimi produttori locali, e crescite importazioni vini e di varie tipologie, sempre più nel corso degli ultimi anni.

Il **Viet Nam**, in particolare, vede il proprio **prodotto interno lordo in crescita del 7% negli ultimi 10 anni**, con standard di vita della popolazione in continuo miglioramento, soprattutto nelle aree urbane. Sta emergendo una nuova classe sociale, di standing medio o medio-alto, che conta circa 30 milioni di persone.

L’urbanizzazione del Paese è in crescita e le prospettive per

il 2024 parlano di circa 40 milioni di abitanti urbanizzati. L'occupazione risente positivamente degli investimenti esteri, che determinano aumenti di stipendi e benessere crescente; una formula di facile soluzione: cresce la disponibilità di spesa per i consumi e l'attenzione per i beni di alta qualità.

Per ciò che riguarda il settore alimentare e delle bevande, nell'ultimo decennio la crescita è stata rilevante sia per il prodotto interno di qualità che per i brand stranieri.

Il consumatore vietnamita tende ad avere un approccio multicanale, che spazia dal retail ai siti web delle aziende produttrici, dalle piattaforme digitali alle app di consegna domestica. La generazione Z, costituita dai giovanissimi adulti, sta gradualmente conquistando il suo posto nel mercato e sta dimostrando una grande disponibilità ad indirizzare il proprio reddito disponibile verso il food & wine di qualità, soprattutto se consumato fuori di casa.

Il mercato totale del vino quota circa 220 milioni di euro, con un consumo pro-capite di 1,3 litri. Il consumo di vino cresce su base annua del 10% (dicembre 2022). **L'aumento medio annuo negli ultimi 5 anni delle importazioni di vino italiano è stato del 40%.** Nel 2021 l'export italiano ha raggiunto circa 13 milioni euro, con un CAGR del 10,3% per il periodo 2019-2023: a incidere positivamente sono certamente i nuovi metodi di informazione e di consumo sviluppati post-pandemia, ma il ruolo dell'ospitalità e turismo è stato significativo, e le prospettive non sono da meno; si stima un mercato turistico da oltre 16 milioni nel 2023.

Gli accordi bilaterali tra UE e Viet Nam (EVFTA) hanno ridotto l'incidenza dei dazi sul vino importato e le prospettive sono per l'azzeramento delle barriere tariffarie nel 2027, conseguente "parità" dell'Italia con altri Paesi alto-esportanti, quali Nuova Zelanda e Cile. La domanda del Vino italiano è in generale in forte aumento e il Made in Italy in Viet Nam è sempre più il riferimento per la qualità, la salute

e il benessere che ad esso vengono associati.

UNIT Wine Tour sarà in Viet Nam per la 4° volta, il 1° dicembre 2023; con il consueto format che rappresenta ***un veicolo imprescindibile per le cantine italiane che desiderino un'apertura*** su **Ho Chi Minh City**, il centro commerciale e finanziario del Viet Nam, che accoglie circa 8 milioni di abitanti ed è considerata uno snodo fondamentale verso tutta l'Asia sudorientale.

L'edizione 2023, visto il successo delle precedenti, si aprirà con la consueta **Sessione Formativa UNIT diretta alle aziende** sulle specifiche del mercato vietnamita. Seguirà la **Masterclass formativa** per importatori, operatori del trade, con l'obiettivo di fare emergere le peculiarità dei territori italiani rappresentati e le rispettive interpretazioni. Le 15 aziende che confermeranno per prime la partecipazione avranno diritto alla degustazione di una propria etichetta nell'ambito della **Masterclass**.

Completa il format il consueto **Meet & Taste®** con desk a disposizione di ogni azienda italiana, che permetterà agli operatori vietnamiti di incontrarle e conoscerne i vini in modalità libera e organizzata (walk around); saranno disponibili finger food di cibi locali per apprezzare la grande versatilità dei vini italiani.

L'esperienza consolidata di **Unexpected Italian** sui mercati emergenti del mondo del vino rende i suoi format uno strumento particolarmente efficace per accorciare le distanze con il trade e con gli operatori professionali locali.

II termine per aderire all'evento UNIT WINE TOUR 2023 VIET NAM è il 10 settembre.

Se desideri maggiori informazioni su come promuovere il tuo brand e far conoscere i tuoi vini in Viet Nam, scrivi a **redazione@winemeridian.com**.