

# Asia: opportunità d'oro per l'export di vino

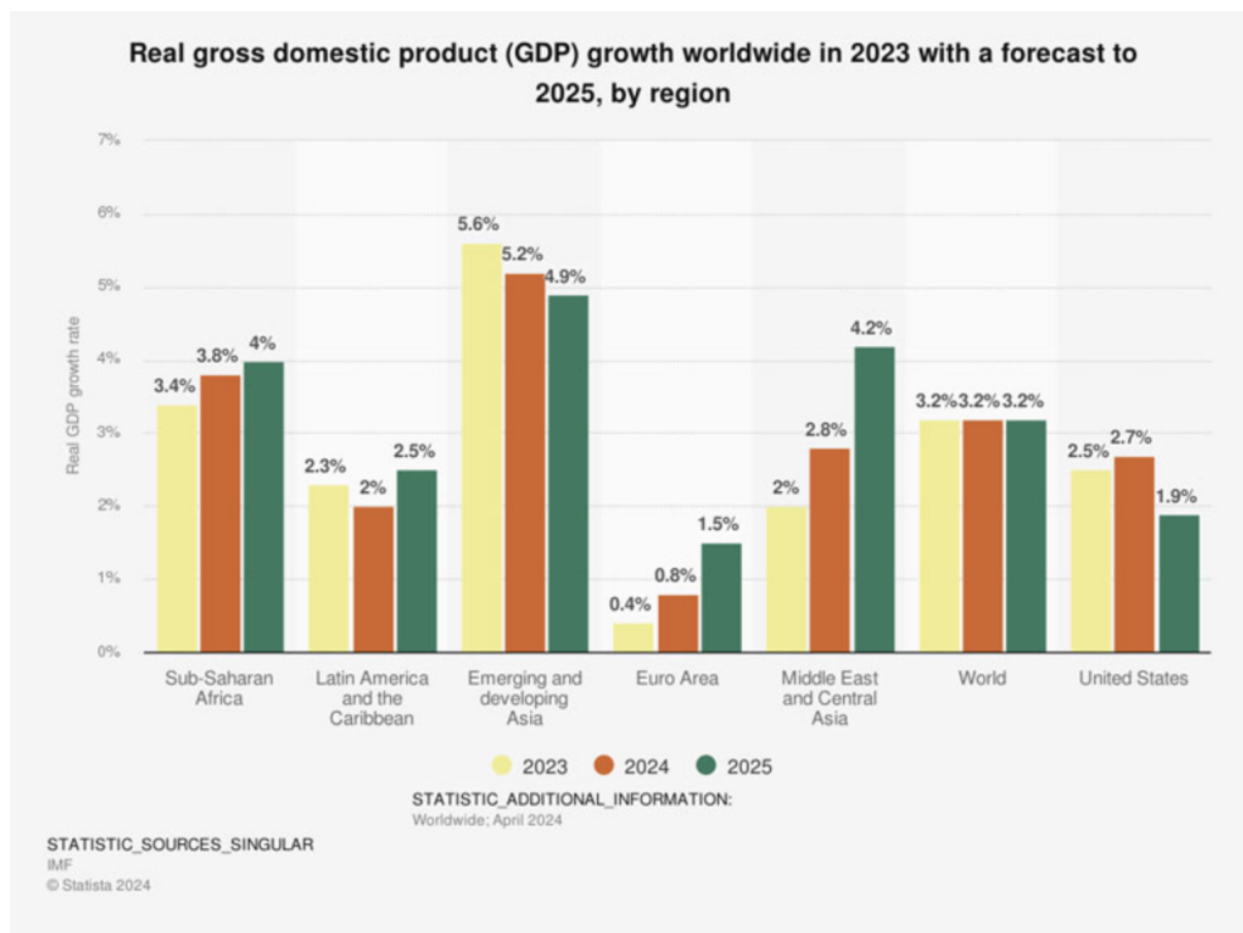
scritto da Emanuele Fiorio | 14 Giugno 2024



In un contesto di calo del consumo mondiale di vino, è essenziale identificare quali mercati potrebbero trainare la crescita futura. Secondo il Population Reference Bureau (organizzazione privata senza scopo di lucro specializzata nella raccolta dati e nella fornitura di statistiche su ambiente, salute e struttura delle popolazioni), circa il 60% della popolazione mondiale risiede in **Asia**, oltre 4,5 miliardi di persone. Non solo, il continente detiene il **più grande gruppo di potenziali consumatori di vino** e le previsioni di crescita del PIL sono superiori alla media globale.

Come si può notare dal grafico ripreso da Wine Australia, i Paesi emergenti ed in via di sviluppo dell'Asia hanno registrato una forte crescita del PIL del 5,6% nel 2023, mentre è prevista una leggera diminuzione al 5,2% nel 2024 e

al 4,9% nel 2025. Nonostante questa leggera flessione, il continente continua a mostrare una crescita robusta rispetto a tutte le altre aree del mondo.



Nonostante il consumo di vino in Asia sia diminuito del 6% annuo tra il 2018 e il 2023, principalmente a causa del mercato cinese, IWSR prevede una **crescita dell'1,5% annuo fino al 2028**, un tasso superiore rispetto a Europa e Americhe. La ripresa del mercato cinese è un fattore chiave, mentre Giappone, Corea del Sud e India sono considerati come importanti motori di crescita. In effetti, tutti i mercati della regione Asia-Pacifico dovrebbero crescere in valore nei prossimi cinque anni, eccetto la Nuova Zelanda.

## Cina: declino rallentato e rimozione dazi

Il 28 marzo 2024, il Ministero del Commercio Cinese (MOFCOM) ha annunciato la [rimozione dei dazi di importazione imposti sul vino australiano](#). Questa è stata una notizia accolta con

favore dai produttori australiani e i primi segnali sono positivi.

Il mercato cinese è cambiato significativamente negli ultimi cinque anni, principalmente a causa del [calo del mercato del vino importato](#). Euromonitor International (fornitore indipendente di ricerche strategiche di mercato) prevede che **il declino continuerà, ma a un ritmo inferiore**, poiché la spesa dei consumatori dovrebbe aumentare grazie alla creazione di 12 milioni di nuovi posti di lavoro nelle aree urbane. Il settore della ristorazione fine sta prosperando, ciò offre buone opportunità per i vini premium.

## **Thailandia: ripresa mercato e riduzione tasse**

Il consumo di vino è diminuito drasticamente nel 2020 a causa dei lockdown e della forte diminuzione del turismo. Tuttavia, **il mercato è rimbalzato fortemente nel 2022, superando i livelli di consumo pre-pandemia**. I consumatori stanno anche tornando ai canali on-trade, che si prevede saranno i principali driver di crescita nei prossimi anni.

Il 23 febbraio 2024, il governo thailandese ha implementato leggi per ridurre i dazi di importazione e le accise sul vino per il resto del 2024, con l'obiettivo di rivitalizzare i settori dell'ospitalità e del turismo. **L'accisa sul vino è stata ridotta** da 1500 baht a 1000 baht per litro di alcol, rendendo tutti i vini leggermente più accessibili. Inoltre, **i dazi di importazione sono stati azzerati** per tutti i vini provenienti da qualsiasi Paese esportatore.

## **Indonesia: crescita sostenuta e sfide locali**

Anche il mercato del vino in Indonesia si sta riprendendo dal calo dei consumi durante la pandemia. Secondo Euromonitor, il

**consumo di vino è cresciuto in media del 17% annuo tra il 2020 e il 2023**, è prevista una forte crescita per il futuro. Dato che la vendita di vino nei supermercati è vietata nella maggior parte delle grandi città, **domina il canale on-trade**. Si prevede che sia le vendite on-trade che off-trade crescano a doppia cifra fino al 2027.

A differenza della Thailandia, l'Indonesia ha una forte quota di vini nazionali del 33%. **I vini locali hanno un vantaggio in termini di riconoscibilità e presenza sul mercato**, essendo più facilmente accessibili ai consumatori attraverso degustazioni e tour in vigna. La pubblicità degli alcolici è vietata in Indonesia, ciò rende più difficile l'engagement per i brand di vino importati. Tuttavia, sia i vini importati che quelli locali dovrebbero guidare la crescita del mercato del vino indonesiano nei prossimi anni.

Il mercato asiatico rappresenta una straordinaria opportunità anche per i produttori italiani. Le previsioni di crescita economica e demografica, le riforme delle normative e lo sviluppo di alcune aree emergenti offrono **vantaggi significativi per l'export dei nostri vini**.