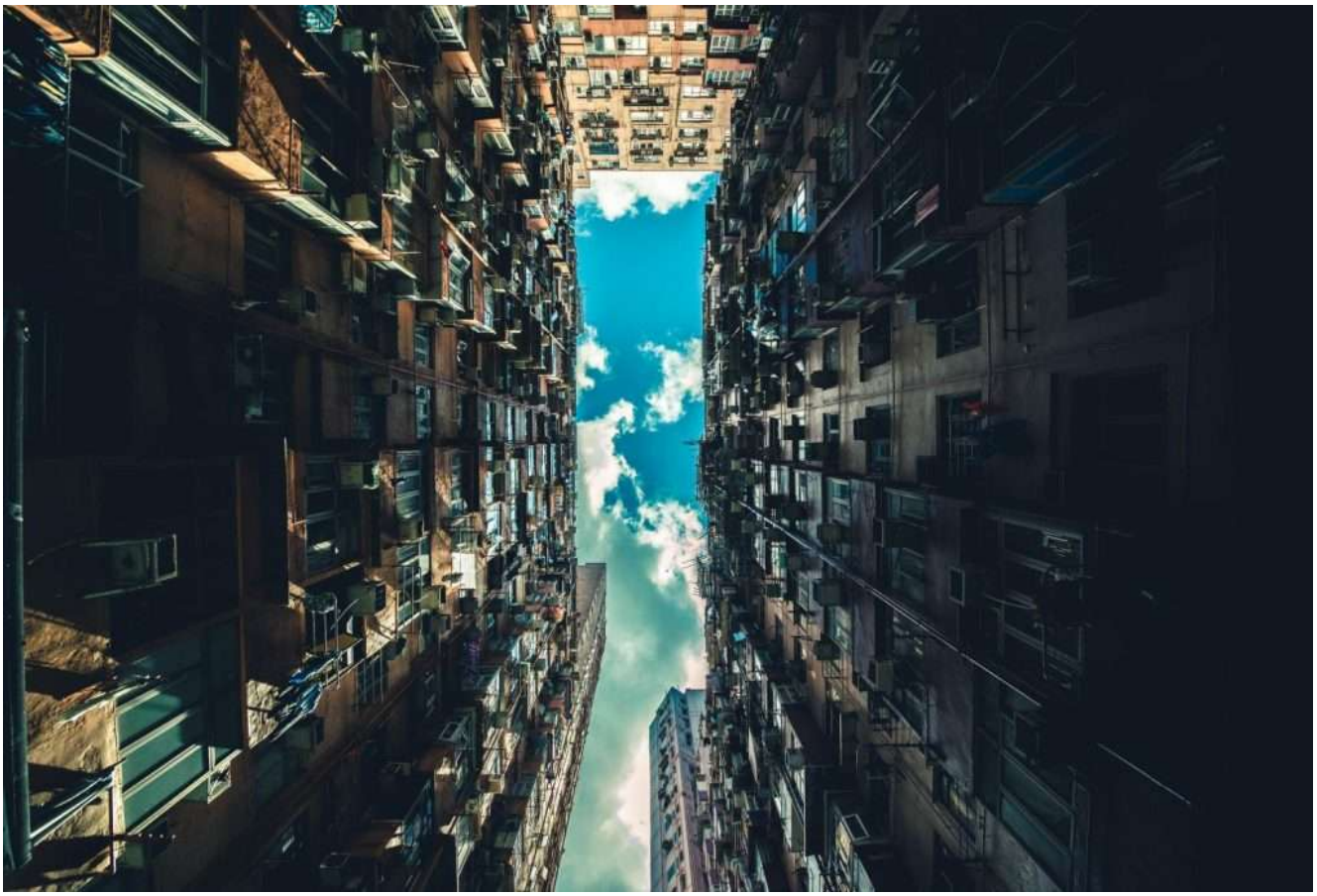
Due facce una sola medaglia: benvenuti ad Hong Kong

scritto da Noemi Mengo | 8 Luglio 2019



Sulla traccia del prezioso Hong Kong Landscapes 2019 recentemente rilasciato da Wine Intelligence, in questo articolo ci concentriamo sui progressi della città di Hong Kong, ormai affermato hub commerciale per il vino destinato ai consumatori asiatici, ma anche importante destinazione di approdo. Chi importa ad Hong Kong si trova letteralmente di fronte ad un centro commerciale, da quando, circa un decennio fa, è stata abolita la tassa sul vino, ed ora circolano grandi quantità di vino di tutte le categorie, che formano insieme più di tre quarti di tutto il vino importato in Asia. Ma Hong Kong non è solamente un fondamentale nodo di scambio, bensì anche un centro di consumo interessante, che andiamo ad analizzare di seguito, avvalorando le ricerche condotte da Wine Intelligence con i dati forniti dal report di IWSR.

Visto tutto il circolare di vino importato nel Paese, **i consumatori negli anni si sono evoluti**, sono stati educati al vino d'occidente, sono cresciute competenza e fiducia, lasciando spazio allo sviluppo di gusti e preferenze. I consumatori stanno diventando sempre più coinvolti nell'intero comparto, con una crescita significativa nella percentuale di coloro che considerano il vino un elemento importante per il proprio stile di vita.

Secondo i dati IWSR, le previsioni per il 2022 sul vino fermo, tutto importato, sono abbastanza stabili, ruotano infatti attorno ad un volume che non si discosta dai 3.6 milioni in casse da 9 litri, con un consumo pro capite tra i 5.3 e 5.4 litri per adulto annui. **I rossi occupano la quota maggiore** rispetto alle altre categorie, ed i consumatori intervistati per la realizzazione del report di Wine Intelligence sostengono di essersi avvicinati alla categoria grazie all'influenza di consumatori già inseriti nell'ambiente ed affezionati al consumo dei rossi. Sembra comunque che ci sia una potenziale crescita per il vino bianco e il rosé, poiché non sono più considerati solo vini da bella stagione.

La Francia è il primo importatore, a seguire l'Australia (con crescita prevista dal 2017 al 2022 e un CAGR positivo al +2.0%), poi USA che perde quota, Spagna e solo dopo Italia, che sempre secondo IWSR registrerà timidi aumenti fino al 2022, il CAGR quinquennale infatti è a +0.4%.
Cresce il consumo nelle fasce di prezzo Standard, Premium e Super Premium+, diminuisce nella fascia low cost, segno che i consumatori si stanno sempre più orientando a bere vino di maggiore qualità.

Anche le bollicine sono tutte d'importazione, e la loro crescita si registra timida ma comunque costante. Al momento lo Champagne occupa la quota più grande dei consumi (oltre la metà degli intervistati sostiene di aver bevuto Champagne almeno una volta durante l'anno), mentre il Prosecco quella più ridotta, segno che la bolla italiana deve ancora investire

nella promozione su questo mercato. Grazie però ad altre denominazioni, fra cui l'Asti, **l'Italia si guadagna la medaglia di bronzo al podio degli importatori,** dopo Francia e Australia. Anche qui la fascia di prezzo più bassa non ha grandi riscontri, le fasce di prezzo più considerate sono quelle Standard o Super Premium+.

In generale il Paese registra note positive a livello economico e sociale, il tasso di crescita annuo del PIL di Hong Kong dovrebbe aumentare gradualmente nel periodo di previsione, dal 2,8% nel 2017 al 3,3% nel 2020 e la disoccupazione rimarrà bassa intorno al 3%. Anche la popolazione dovrebbe aumentare, precisamente dello 0,8% fino al 2022, grazie ad un rialzo della natalità.

Sono sempre più tese però le relazioni politiche con la Cina, dal momento che le opinioni tra i residenti di Hong Kong e il governo centrale cinese divergono su questioni come la governance e la democrazia. Negli ultimi anni, inoltre, ci sono state diverse proteste importanti e le divergenze minacciano la fiducia delle imprese locali nel Paese.

I turisti continentali sono un fattore importante nel mercato, garantiscono infatti un notevole impulso ai settori del retail e dell'ospitalità. Tuttavia, il gran numero di turisti che pesa sulle risorse ha portato a relazioni difficili tra i residenti di Hong Kong e i visitatori della Cina continentale. I ricchi padroni di casa, scontenti di essere trattati come cittadini di seconda classe a Hong Kong, iniziano a spostarsi, viaggiando sempre più verso Taiwan, il Giappone, l'Europa e gli Stati Uniti. Il profilo dei turisti sta quindi cambiando, passando da cinesi con alto potere d'acquisto a classi medie, meno abbienti.

Se vuoi partecipare con noi alla prossima Fiera di Hong Kong, clicca qui.