

Thailandia: riduzione dei dazi e turismo traghettano il Paese asiatico verso un futuro più aperto al vino

scritto da Agnese Ceschi | 4 Maggio 2025



Il mercato del vino in Thailandia sta vivendo una rapida crescita, con un aumento della domanda di vini di qualità, soprattutto italiani. L'ospitalità e il turismo sono fondamentali per far conoscere il vino, con città come Bangkok e Phuket che offrono esperienze gastronomiche di alto livello. Tuttavia, sfide come tasse elevate e una forte concorrenza pongono degli ostacoli. Il consiglio per i produttori italiani è di collaborare con importatori locali e mantenere una presenza diretta nel paese.

Il vino in Thailandia sta esplorando nuovi scenari ed

orizzonti. Ne abbiamo già parlato in un precedente articolo e continuiamo a parlarne in questa intervista perché riteniamo che i produttori farebbero bene a tenere questo mercato sotto la lente di ingrandimento nel prossimo futuro.

Ci siamo avvalsi dell'esperienza e del lavoro sul campo di **Luca Lodoli**, sommelier e professionista del settore F&B che vanta un'esperienza internazionale di oltre 12 anni nel mondo del vino e dell'ospitalità. Oggi, lavora a Bangkok e ricopre il ruolo di **General Manager al Riedel Restaurant & Wine Cellar e Group Sommelier** per gli outlets direttamente controllati dalla società Gaysorn. A lui abbiamo chiesto di esplorare assieme l'evoluzione del mercato del vino in Thailandia, un Paese in rapida crescita in questo settore. Lodoli ha condiviso con noi la sua visione sulla situazione attuale del vino in Thailandia, esplorando le sfide e le opportunità che il mercato offre, e come l'ospitalità e il turismo stanno svolgendo un ruolo cruciale nella diffusione della cultura del vino.

Qual è la situazione attuale in Thailandia?

In Thailandia stiamo assistendo ad un interesse sempre maggiore nei confronti del vino, il numero di importatori e distributori cresce ogni anno per soddisfare una domanda in costante aumento, soprattutto per i vini di qualità. Recenti riduzioni dei dazi d'importazione per la maggior parte dei Paesi (tra cui l'Italia) e la crescita importante del turismo post pandemia stanno favorendo l'espansione del settore, in generale comunque il vino rappresenta ancora una piccola fetta di mercato rispetto al consumo di birra e superalcolici.

Che ruolo ha l'ospitalità nella diffusione del vino?

Ristoranti e hotel di alto livello sono fondamentali per far

conoscere ed apprezzare i vini ai thailandesi, specialmente per i vini italiani il ruolo dell'ospitalità e dei professionisti a contatto con il pubblico è fondamentale. In Thailandia, città come Bangkok e Chiang Mai o mete turistiche come Phuket e Koh Samui vantano un'ampia offerta culinaria con ristoranti stellati o di ottimo livello e carte dei vini importanti valorizzate da sommelier capaci e con esperienza internazionale.

Chi è il cliente tipo dei vostri ristoranti?

I clienti abituali nei ristoranti sono Thai influenti interessati a prodotti di qualità e a esperienze gastronomiche raffinate. Questo gruppo di solito predilige vini francesi (su tutti Bordeaux o Borgogna) e a volte vini importanti italiani come Barolo o Super Tuscan. La classe media emergente e giovani imprenditori con un crescente potere di acquisto hanno una maggiore propensione a sperimentare vini di altre regioni e di solito preferiscono bollicine, vini più accessibili nel prezzo o di nicchia.

I turisti e gli expats che vivono in Thailandia hanno un gusto più vario ed internazionale, nelle isole come Phuket o negli alberghi e ristoranti di lusso spesso non badano a spese consumando Champagne e vini importanti ma nella maggior parte dei casi prediligono birra locale o cocktails considerato il prezzo del vino molto elevato rispetto al loro Paese.

Quali sono i punti di forza e di criticità di questo mercato?

I punti di forza sono l'aumento del potere d'acquisto di una larga fascia di popolazione e il grande sviluppo del turismo unite a riforme che sembrano andare verso un'apertura sempre maggiore nei confronti del vino. In questi giorni si sta discutendo circa l'abolizione del divieto di vendita di alcol

nella fascia pomeridiana tra le 14 e 17 e di facilitazioni per quanto riguarda la promozione pubblicitaria di alcolici.

La crisi economica globale e la tendenza generale di una riduzione nel consumo del vino sono criticità presenti anche in Thailandia. Le tassazioni importanti nonostante le recenti riduzioni e il costo elevato del vino rispetto ad altre opzioni come la marijuana recentemente legalizzata o ad altre bevande alcoliche sono una criticità in tutti i luoghi in cui il vino non riesce ad essere comunicato come dovrebbe.

Come sono percepiti i vini italiani anche paragonati agli altri vini mondiali?

I vini italiani, anche grazie alla cucina italiana che è una delle più popolari in Thailandia, sono molto apprezzati specialmente per la varietà e la buona qualità- prezzo. Per quanto riguarda il paragone con gli altri vini in Thailandia la competizione è altissima e si trovano facilmente ottimi vini provenienti da tutte gli altri Paesi. In questo contesto un team competente ed in grado di offrire una selezione accurata e un servizio capaci di valorizzare i vini italiani è fondamentale.

C'è il timore che i giovani si allontanino dal vino, ma in Thailandia sembra stiano trainando il consumo. È corretto?

Diciamo che in Thailandia i giovani della classe agiata e i professionisti con stipendi sempre più allineati con l'Europa stanno dimostrando un crescente interesse per il vino, in particolare per i vini più leggeri e di facile beva. A Bangkok aprono Wine Bar in continuazione, spesso con selezioni di vini cosiddetti "naturali" e caratterizzati da un'atmosfera divertente e loro sono i principali avventori.

Che consiglio daresti ai produttori italiani per approcciare il mercato?

Sicuramente affidarsi ad un buon importatore è importantissimo, ce ne sono molti che lavorano molto bene e stanno facendo un ottimo lavoro per il vino italiano in Thailandia. Inoltre, la presenza diretta delle cantine sul territorio, con visite frequenti di rappresentanti, brand manager o export manager, è essenziale per promuovere i vini e instaurare un rapporto con chi li presenterà al cliente finale.

Punti chiave:

- **Il mercato del vino in Thailandia cresce**, con maggiore domanda di vini di qualità, soprattutto italiani.
- **L'ospitalità e i ristoranti di alta gamma sono fondamentali** per la diffusione della cultura del vino.
- **I clienti abituali preferiscono vini francesi e italiani di alta qualità**, ma la classe media emergente esplora nuove opzioni.
- **Le criticità includono tasse elevate e concorrenza da birra e superalcolici**, ma anche opportunità grazie a riforme.
- **I giovani thailandesi, specialmente nella classe agiata, stanno guidando il consumo di vino**, con un interesse per i vini leggeri.