Singapore: tra accise e premium wines

scritto da Agnese Ceschi | 12 Dicembre 2019



Tra gli interessanti seminari a cui abbiamo assistito durante lo scorso Wine2Wine uno dei mercati più stimolanti e che ha suscitato più partecipazione ed interesse da parte dei presenti è stato quello di Singapore. Percorriamo oggi assieme i tratti principali di questo mercato emergente avvalendoci dei preziosi consigli e dell'analisi di **Annette Scarfe, Master of Wine** britannica di sangue, ma trapiantata a Singapore da ormai 22 anni, dove vive e lavora come consulente per aziende e ristoranti nel settore dei brand di lusso ed organizza eventi e degustazioni.

Singapore, dove vivono 5,8 milioni di persone, è un hub commerciale strategico in Asia con un'economia stabile, che apre le porte ai vicini Paesi come Malesia, Indonesia e Tailandia.

La contro medaglia della stabilità economica e politica, comparando questo Paese ad altri nelle vicinanze, è la presenza di tasse molto proibitive, soprattutto sulle bevande alcoliche: le accise su ogni litro di alcohol sono all'incirca sugli 88 dollari di Singapore (circa 58 euro).
"Il vino qui è 100% importato e molto apprezzato, ma a causa delle tasse così proibitive pochi vini entry level accedono nel mercato, mentre hanno vita più facile i vini premium e quelli a basso contenuto alcolico" ha raccontato l'esperta allo scorso Wine2Wine.

Il mercato è molto competitivo, non solo nel settore del vino, ma in quello delle bevande alcoliche in generale, dove cocktails, sake e birre sono molto richiesti. Singapore ha un numero elevato di importatori, che superano i 400, ma purtroppo molti di questi non sono molto specializzati perché per loro ottenere la licenza è facile, ma poi non curano la qualità nella scelta dei vini e nel loro approfondimento.
Per questo il mercato rimane dominato da grandi brand, sia nei più di 300 wine shop presenti, che nelle wine list dei migliori ristoranti di lusso, che ospitano chef e sommelier da tutto il mondo.

Il valore del mercato è di circa 1 miliardo di dollari, ma la previsione nel 2024 è di 1,4 miliardi. L'Italia occupa uno share di mercato del 7% ed è il quarto Paese importato, mentre i 5 top brand importati sono australiani. Il vino rosso fermo rimane la categoria che genera l'indotto più importante all'interno del turn over di 12 milioni di bottiglie di vino fermo, ma le nuove generazioni si stanno aprendo sempre di più anche ai bianchi.
ll consumo pro capite rimane esiguo a 2,1 litri pro capite, anche se è previsto un raddoppio a tendere entro il 2022. Questo grazie al traino delle curiose nuove generazioni, che stanno cavalcando l'onda degli acquisti online come del resto nella vicina Cina, in piattaforme come Vinomofo, o partecipano ad eventi con cene e degustazioni nelle quali sono diventati

il target. L’abbinamento cibo e vino è sicuramente uno dei fattori determinanti nelle scelte dei consumatori tra i 25 e i 45 anni, mentre la fascia di età ad oggi più attiva nel consumo del vino è quella tra i 35 e i 55 anni.
Dal punto di vista dei canali di distribuzione, l’off-trade è quello più grande storicamente con brand famosi come Wine Connections (20 outlets in tutto il Paese) e The Straits wine company (8 retail outlet), entrambi importatori diretti.

Che consiglio darebbe ai produttori italiani che approcciano il mercato? “Consiglierei ai produttori italiani di cercare in primo luogo un buon importatore nel mercato, che abbia i giusti contatti nei luoghi strategici per il consumo del vino” ha spiegato la Master of Wine. “In secondo luogo, consiglio di scegliere accuratamente i vini da introdurre e di privilegiare i vini premium, poiché le accise sono molto alte a Singapore e dunque è importante portare vini di qualità, che valgano la spesa. Infine scegliete di partecipare ed eventi o cene con altri produttori o con il vostro importatore per promuovere nel modo migliore come il vostro vino si possa adattare alla cucina locale. L’educazione, infine, è fondamentale per questo mercato, tanti consumatori si stanno approcciando alla conoscenza delle varietà di vino e noi dobbiamo essere pronti a dare loro quello che chiedono”.

Anche noi di Wine Meridian andremo a Singapore durante il nostro tour 2020:
SINGAPORE | 26 novembre – walk around tasting in collaborazione con IEM – Simply Italian Great Wines