

Export vino UE, mercati asiatici: si salva solo la Thailandia

scritto da Emanuele Fiorio | 9 Febbraio 2025



L'export di vino dall'Unione Europea verso i principali mercati asiatici ha subito flessioni significative nel 2024, con cali a due cifre per Cina, Giappone, Corea del Sud e Hong Kong. L'unica eccezione è la Thailandia, che cresce grazie a riforme fiscali favorevoli, offrendo un'opportunità interessante ma ancora marginale per i produttori europei.

L'export di vino dall'Unione Europea verso i principali mercati asiatici ha registrato un calo significativo nel 2024, con l'eccezione della Thailandia, che si è distinta come unica area di crescita grazie a riforme fiscali favorevoli. Secondo un'analisi basata sui dati Eurostat, i mercati chiave come Cina continentale, Hong Kong, Giappone e Corea del Sud hanno

evidenziato flessioni importanti.

Tra gennaio e ottobre 2024, le **esportazioni di vino dall'UE verso la Cina continentale** hanno raggiunto un valore complessivo di 456 milioni di euro, segnando un **calo del 12,48%** rispetto allo stesso periodo del 2023. Nonostante la fine delle restrizioni legate al COVID-19 nel 2022, l'impatto persistente della pandemia continua a influenzare il comportamento dei consumatori cinesi, rallentando la ripresa del mercato.

Rispetto al periodo gennaio-ottobre 2019, le esportazioni di vino dall'UE alla Cina rappresentano solo il 64,74% del volume raggiunto prima della pandemia (705 milioni di euro). Questo dato evidenzia la lenta ripresa di uno dei mercati più importanti per il vino europeo.

La Francia, principale esportatore UE verso la Cina, ha registrato vendite pari a 300 milioni di euro, rappresentando il 65,88% del totale. Tuttavia, questo risultato riflette una **flessione del 13,57%** su base annua. Anche altri grandi produttori europei hanno subito perdite significative:

- Italia: 72,91 milioni di euro, in calo dell'8,53%;
- Spagna: 43,96 milioni di euro, in calo del 15,70%;
- Portogallo: 5,42 milioni di euro, in calo del 14,44%.

Unica eccezione è stata la **Germania, che ha visto un aumento del 15,94%** nelle esportazioni, raggiungendo 22,07 milioni di euro. Questo risultato positivo è attribuito all'interesse crescente per i vini bianchi, in particolare i Riesling, di cui la Germania è un produttore rinomato.

Il calo delle esportazioni non si è limitato alla Cina continentale. Anche mercati maturi come Hong Kong e Taiwan hanno registrato forti flessioni. **Hong Kong** ha importato vini europei per un valore di 258 milioni di euro, segnando un **calo**

del 22,67% rispetto all'anno precedente. Taiwan, con un mercato consolidato, ha registrato una **flessione del 12,78%**, con importazioni pari a 106 milioni di euro.

La **Corea del Sud**, che durante la pandemia aveva visto un boom nel consumo di vino, ha mostrato un **calo netto del 20,31%** rispetto al 2023. Le esportazioni europee verso questo mercato hanno raggiunto 198 milioni di euro nei primi dieci mesi del 2024, confermando un rallentamento significativo della domanda.

Il **Giappone**, il più grande mercato asiatico per il vino UE, ha segnato un **decremento dell'11,74%**, con esportazioni pari a 745 milioni di euro. Nonostante la contrazione, il Giappone rimane un mercato strategico per i produttori europei, grazie alla sua capacità di assorbire vini di alta gamma.

In un panorama di generale declino, **la Thailandia si è distinta come l'unico mercato asiatico in crescita**. Nei primi dieci mesi del 2024, le esportazioni di vino UE verso il Paese hanno raggiunto 67,71 milioni di euro, segnando un **aumento del 2,38%** rispetto all'anno precedente.

Questo risultato è stato favorito dalle riforme fiscali introdotte nel 2024, che hanno **eliminato una tassa d'importazione del 54% sul vino** e unificato il sistema di tassazione sui consumi. Tali misure hanno incentivato gli importatori a incrementare gli acquisti, creando opportunità per i produttori europei.

Tuttavia, è importante sottolineare che, in termini assoluti, **il mercato thailandese rimane piccolo** rispetto a giganti come Giappone, Cina e Hong Kong. Nonostante la crescita, la Thailandia rappresenta ancora una **quota marginale delle esportazioni** complessive di vino dall'UE verso l'Asia.

Il 2024 ha segnato un anno di sfide per l'export vinicolo europeo nei mercati asiatici, i principali Paesi hanno registrato flessioni significative. La Cina, in particolare,

continua a mostrare una ripresa lenta, nonostante il superamento della crisi pandemica. Mercati maturi come Hong Kong, Taiwan, Corea del Sud e Giappone riflettono una domanda in contrazione, sottolineando la necessità di strategie di mercato più mirate e diversificate.

In questo contesto, la **Thailandia** emerge come un'opportunità interessante per i produttori europei, grazie a un **quadro fiscale più favorevole**. Tuttavia, il mercato rimane di dimensioni ridotte, richiedendo investimenti mirati per sfruttarne appieno il potenziale.

Con una concorrenza sempre più agguerrita e consumatori asiatici che si orientano verso nuove preferenze, è essenziale che i produttori europei adattino le proprie strategie per affrontare le sfide future.

Punti chiave:

1. **Calo generalizzato dell'export verso l'Asia:** I principali mercati asiatici (Cina, Hong Kong, Giappone, Corea del Sud, Taiwan) hanno registrato flessioni a doppia cifra nel 2024, con la Cina che segna un -12,48% e Hong Kong un -22,67%.
2. **Lenta ripresa post-pandemia in Cina:** Nonostante la fine delle restrizioni legate al COVID-19, l'export verso la Cina rimane al 64,74% dei livelli pre-pandemia (2019), evidenziando una ripresa limitata e comportamenti d'acquisto cambiati.
3. **Francia in testa, ma in calo:** La Francia rimane il primo esportatore UE verso la Cina (65,88% del totale), ma registra un calo del 13,57%, seguita da Italia (-8,53%), Spagna (-15,70%) e Portogallo (-14,44%).
4. **Thailandia in crescita grazie alle riforme fiscali:** La Thailandia è l'unico mercato asiatico in crescita

(+2,38%), spinto dall'eliminazione di una tassa del 54% e dalla semplificazione della tassazione sui consumi.

5. **Necessità di strategie mirate e diversificate:** Il rallentamento della domanda nei mercati maturi e la competizione crescente richiedono ai produttori europei un adattamento strategico per intercettare nuove preferenze e opportunità.