

I tanti volti del consumatore sudcoreano

scritto da Fabio Piccoli | 30 Settembre 2019



Ci sta appassionando questa [prima tappa asiatica](#) dell'Unit Wine Tour organizzato da Unexpected Italian che già dalla masterclass ha evidenziato una partecipazione non solo vasta ma anche di alto profilo come non sempre è facile riscontrare. Queste tappe sono molto utili anche per toccare con mano la percezione che hanno i consumatori di Paesi così lontani a noi (anche dal punto di vista culturale) nei confronti di una bevanda come il vino che solo recentemente si è inserita nelle loro abitudini alimentari.

Molto interessante, pertanto, a tale riguardo quanto Stefano Sermenghi, uno dei quattro partner di Unexpected Italian (gli altri sono Marco Farné, Paolo Dell'Aquila e Alessandra Castelli) ha spiegato riguardo al profilo attuale del

consumatore sudcoreano.

“Si tratta – ha sottolineato Sermenghi – di un consumatore che ha diversi profili e già questo evidenzia il livello culturale ed economico di questo Paese”.

“Potremmo però ” ha proseguito Sermenghi ” condensare il profilo del consumatore sudcoreano nella definizione “busy people, single person”, cioè il single che lavora fino a tardi (questo è frequentissimo in Corea del Sud) e che mangia da solo (HonBap in coreano), e beve da solo (HonSul); il consumatore che beve a casa (non a caso il 70% del vino in Corea del Sud è veicolato dall’off trade) e che rientra nel modello HMR (Home Meal Replacement); infine il consumatore che si riconosce nel termine di Gasimbi cioè molto attento al rapporto tra qualità/prezzo”.

Ma essendo un Paese ad alto tenore tecnologico il consumatore sudcoreano è molto attivo sul fronte degli acquisti online. Sono, infatti, 49 milioni le persone che in Corea del Sud acquistano frequentemente online e circa il 95% possiede uno smartphone.

Sempre a livello generale sono sempre più i giovani e le donne ad apprezzare il vino e in crescita notevole è il consumo di vini bianchi e degli sparkling (anche a causa delle mutazioni climatiche che hanno allungato notevolmente la stagione estiva). “Prosecco e rosati – ha sottolineato Sermenghi – hanno registrato un incremento del 117% tra il 2017 e il 2018”.

Ma quali sono i fattori che attualmente influenzano le scelte del consumatore di vino sudcoreano?

Anche in questo caso molto importanti sono i fattori anagrafici e quelli economici. “Ad esempio – ha spiegato Sermenghi – le generazioni senior sono molto più sensibili al prezzo dei millennials e si rivolgono in particolare ai convenience store, dove si trovano vini a fasce di prezzo più basse”.

Ma in forte crescita è la sensibilità alle tematiche ambientali. “Su questo fronte i consumatori sudcoreani sono tra i più sensibili di tutta l’Asia – ha detto Sermenghi – e

fattori come la sostenibilità sono oggi molto più ricercati rispetto al passato, non a caso sono in notevole crescita anche i consumi di vini biologici". "Senza dimenticare che la Corea del Sud – ha proseguito Sermenghi " la si può considerare una sorta di Patria mondiale in tema di benessere e di medicine alternative e questo si trasferisce anche in un'attenzione notevole sul piano dell'alimentazione".

Il mangiare fuori casa è una passione vera per i sudcoreani e a Seul, fortunatamente, vi è una ottima presenza italiana con oltre 700 ristoranti che propongono piatti del nostro Paese ad un livello qualitativo sempre più crescente.

"Non a caso – ha evidenziato Sermenghi " il made in Italy gastronomico ha un appeal molto forte in questo Paese ed è una chiave che potremo sfruttare sempre di più anche in futuro allargando i nostri eventi anche al consumatore finale".

Su questo aspetto si è espressa anche Suzie Chung, di Wine21.com, una delle più autorevoli giornaliste del vino della Corea del Sud: 'La cultura del vino nel mio Paese è in grande crescita ma è fondamentale che il sistema vitivinicolo italiano investa di più in azioni educative perché solo così potrà aumentare le sue quote di mercato'.

La Chung si è poi soffermata sulle tipologie di vino italiane maggiormente apprezzate dai consumatori sudcoreani evidenziando come "oggi siano in aumento i vini bianchi e gli sparkling, capeggiati dal Prosecco, e questo anche perché la stagione estiva in questi ultimi anni si è decisamente ampliata, con aumento delle temperature medie, agevolando così il consumo di vini più freschi come i bianchi".