

# Indonesia e Filippine, mercati promettenti: economie in espansione e consumatori giovani

scritto da Emanuele Fiorio | 15 Dicembre 2024



*Indonesia e Filippine stanno emergendo come mercati promettenti per il vino grazie a economie in crescita, giovani influenzati dalla cultura occidentale e una domanda crescente di vini importati. Nonostante sfide normative e barriere economiche, i produttori italiani possono trarre ispirazione dal modello australiano per rafforzare la propria presenza in questi territori strategici e dinamici.*

Grazie ad economie in espansione e una popolazione giovane e curiosa verso le influenze occidentali, **Indonesia e Filippine offrono opportunità** interessanti anche per i produttori

italiani. Analizzare le dinamiche che stanno favorendo il successo del vino australiano può fornire utili indicazioni su come il vino italiano possa affrontare le sfide normative e sfruttare le tendenze emergenti, rafforzando la propria presenza in questi mercati emergenti ma strategici.

Sebbene la **quota di mercato del vino sia ancora modesta** rispetto ad altre bevande alcoliche, i cambiamenti nei gusti dei consumatori e la crescente influenza culturale occidentale stanno creando nuove opportunità.

**L'Indonesia** grazie ad una popolazione di 284 milioni di persone e un'economia in forte espansione, rappresenta un mercato complesso ma promettente. Secondo i dati di Wine Australia, il **vino rappresenta solo il 3% del consumo totale di alcolici**, ma la **domanda è in crescita, con una previsione di aumento annuo del 6% fino al 2028**. L'Australia domina il mercato dei vini importati con una quota del 34%, seguita da Cile e Nuova Zelanda.

La crescita del mercato è alimentata principalmente dal turismo e da una classe media in espansione, concentrata in città come Jakarta e Bali. Bali, in particolare, rappresenta il principale punto di consumo grazie all'elevato numero di turisti internazionali. Tuttavia, le rigide regolamentazioni sull'alcol e l'esclusione del vino dagli accordi commerciali impediscono l'applicazione di tariffe agevolate, rendendo i **costi elevati una barriera significativa**.

Nel 2023-24, 59 aziende australiane hanno esportato vino in Indonesia. Le esportazioni, sebbene stabili in volume, hanno registrato un calo di valore del 35%, principalmente nei vini rossi di alta gamma. Ciò evidenzia la volatilità del mercato e la necessità di strategie mirate per affrontare le sfide.

Anche le **Filippine** sono un mercato in rapida evoluzione con una popolazione di 113 milioni di persone e una crescita economica del 6% annuo. Sebbene il vino rappresenti solo lo

0,5% del consumo alcolico totale, la **domanda di vini importati è significativa, con una quota dell'82%**. L'Australia è il secondo fornitore di vini importati con una quota del 15%, preceduta solo dagli Stati Uniti.

**Il mercato filippino è fortemente influenzato dalla sua storia occidentale e dalla diffusione di stili di vita internazionali.** La crescente connettività digitale, con oltre 80 milioni di utenti social, rappresenta un'opportunità unica per promuovere il vino attraverso canali digitali.

Nel 2023, il mercato del vino filippino è stato valutato 171 milioni di dollari statunitensi, con una **crescita prevista del 2% annuo fino al 2030**. Tuttavia, le esportazioni australiane hanno registrato un calo del 19% in valore nell'ultimo anno, principalmente nei vini rossi premium. Le Filippine rimangono comunque l'ottavo mercato per i vini frizzanti australiani.

In entrambi i Paesi, il successo dipenderà dalla capacità di affrontare le sfide legate alle normative, sfruttando le tendenze emergenti e utilizzando strategie di marketing. **Per i produttori, l'Indonesia e le Filippine rappresentano due mercati diversi ma complementari**, dove la flessibilità e la capacità di adattarsi saranno essenziali per ottenere risultati duraturi.

## **Punti chiave:**

- 1. Crescente domanda di vini importati:** In Indonesia e Filippine, la cultura occidentale e una popolazione giovane stanno alimentando l'interesse per il vino, seppur con una quota di mercato ancora ridotta rispetto ad altre bevande alcoliche.
- 2. Indonesia, mercato promettente ma complesso:** Con 284 milioni di abitanti e una crescita annua del 6% nel consumo di vino fino al 2028, l'Indonesia presenta opportunità interessanti nonostante le rigide

regolamentazioni e l'assenza di accordi commerciali favorevoli.

3. **Filippine, opportunità digitali e influenza occidentale:** La popolazione giovane e connessa (oltre 80 milioni di utenti social) favorisce strategie digitali di promozione del vino, con una crescente domanda di vini importati che rappresentano l'82% del mercato.
4. **Dominio australiano e sfide economiche:** In entrambi i Paesi, l'Australia domina il mercato dei vini importati, ma le esportazioni hanno subito un calo in valore, segnalando la necessità di strategie mirate per sostenere le vendite.
5. **Adattabilità come chiave del successo:** Per i produttori italiani, flessibilità e capacità di affrontare normative complesse sono cruciali per penetrare e prosperare in questi mercati emergenti ma strategici.