

Thailandia: un mercato sempre più vicino al vino

scritto da Agnese Ceschi | 11 Aprile 2025



Il mercato del vino in Thailandia sta vivendo una crescita interessante, favorita dalla riduzione dei dazi d'importazione. Le nuove tendenze includono la nascita di wine bar e l'aumento delle vendite online. Bangkok, città dinamica, è il centro di questa evoluzione, con un consumo pro capite di vino superiore alla media nazionale. Il cambiamento culturale e demografico favorisce l'inclusione del vino nella vita quotidiana.

La Thailandia si sta affacciando nel panorama mondiale dei Paesi importatori di vino, dimostrando di sapere offrire ai produttori ottime occasioni di business. Certo, ci sono ancora molti aspetti in evoluzione e non possiamo affermare che il Paese asiatico sia diventato un mercato maturo, ma il vino in questo Paese non è più considerato un prodotto di lusso per

una nicchia e non è disponibile solo nei ristoranti di pregio. È emersa una interessante tendenza legata allo sviluppo di wine bar che si concentrano su vini accessibili e di facile beva. Questo trend è confermato da un interessante articolo apparso di recente su Wine Enthusiast – [Thailand Is Becoming a Very Good Place to Drink Wine](#) -, che interpella operatori della ristorazione e dell'hospitality thailandese.

Ma facciamo un passo indietro: **da dove nasce questa nuova tendenza, che fa ben sperare nel futuro del mercato dell'antico Siam?**

All'inizio del 2024 è avvenuto un importante cambiamento sulle importazioni di vino che ha portato alla riduzione dei dazi – un tempo pari al 54% sui prodotti da tavola standard provenienti da Paesi senza un accordo di libero scambio (ne avevamo già parlato nell'articolo: "[Opportunità Thailandia: prevista abolizione dazi sull'import di vino](#)"). La riduzione dei dazi d'importazione ha reso il vino sempre più accessibile ed economico, contribuendo alla sua diffusione tra la popolazione, in particolare nelle aree urbane come **Bangkok**. La capitale thailandese, infatti, registra un **consumo di vino pro capite superiore del 60%** rispetto alla media nazionale. Una città giovane, vivace e dinamica, dove si incrociano raffinatezza d'avanguardia e una sensibile attenzione alla tradizione e agli ingredienti locali. Ciò che colpisce è l'atteggiamento dei consumatori thailandesi verso il vino: sono curiosi, desiderosi di esplorare, imparare e conoscere meglio questo mondo. Secondo le fonti, è proprio questa intrepida apertura che rappresenta la promessa più interessante per il futuro del vino nel Paese asiatico.

Secondo i dati riportati da [statista.com](#), la Thailandia è un mercato tradizionalmente legato al consumo della birra, prima ancora degli spiriti e dei cocktail. Nonostante ciò, negli ultimi tempi c'è stato uno spostamento delle preferenze di consumo verso il vino, supportato dalle giovani generazioni e dalla popolazione dei centri urbani. Una delle tendenze chiave

nel mercato del vino thailandese è la crescente **domanda di vini importati**, in particolare dai Paesi produttori di vino tradizionali come Francia, Italia e Spagna. Un'altra tendenza nel mercato è l'**aumento delle vendite di vino online**. Le piattaforme di e-commerce hanno reso più facile per i consumatori accedere a un'ampia gamma di vini e confrontare i prezzi. Ciò ha portato a una maggiore concorrenza tra rivenditori e distributori di vino, nonché a prezzi più accessibili per i consumatori. Infine, le piattaforme online forniscono anche risorse educative e recensioni, aiutando i consumatori a fare scelte informate sui loro acquisti di vino.

Interpellato nell'articolo di Wine Enthusiast, Luca Lodoli, sommelier e responsabile della selezione delle bevande presso Riedel Bangkok, evidenzia come l'espansione dell'ospitalità a Chiang Mai e in altre zone della Thailandia stia contribuendo a creare nuove opportunità per il settore vinicolo. Secondo Lodoli, è previsto un **aumento del consumo di vino a tutti i livelli**, grazie anche a un formato generalmente più accessibile per il pubblico locale.

Nonostante costi all'ingrosso un po' più elevati, gli operatori del settore affermano di riuscire a proporre vini al pubblico a prezzi inferiori rispetto a quelli di una wine list americana. Dunque l'ottimismo sembra essere tangibile. In aggiunta, si guarda con favore a un cambiamento demografico e culturale, con sempre più thailandesi interessati a includere il vino nel consumo quotidiano, specialmente a tavola.

Photo: *Hermes Rooftop Bar Pattaya*

Punti chiave:

1. La Thailandia riduce i dazi d'importazione sui vini, migliorando l'accessibilità.

2. Bangkok è il centro principale per il consumo di vino, con un incremento del 60% rispetto alla media.
3. I wine bar stanno guadagnando popolarità, con vini accessibili e di facile beva.
4. La domanda di vini importati, in particolare da Francia, Italia e Spagna, è in crescita.
5. L'aumento delle vendite di vino online rende più facile per i consumatori fare acquisti informati.