

La Thailandia ama il vino rosso

scritto da Alessia Venturi | 3 Marzo 2016



La Thailandia, terra ricca di profumi e sapori intensi, di tradizione culinaria lontana all'Occidente, ma molto apprezzata dai viaggiatori di tutto il mondo. Nonostante la distanza culturale e alimentare, il vino in Thailandia sta avendo un crescente riscontro. In particolare negli ultimi anni si sta diffondendo un nuovo stile di vita legato al consumo del vino, in particolare quello rosso. Questa nuova tendenza è penetrata all'interno del mercato thailandese ed ha incontrato una grande apertura da parte dei consumatori. Numerosi fattori hanno inciso sul trend emergente del vino: si passa dagli aspetti economici, come la crescita del turismo, alle dinamiche socio-culturali, tra cui i cambiamenti nelle preferenze generazionali e la diffusione della conoscenza dei benefici recati alla salute dal consumo moderato di vino.

Per avere una visione globale del Paese del Sudest asiatico, bisogna tenere in considerazione anche altri elementi. Un'indagine di Confindustria Vicenza ci fornisce una carta d'identità del consumatore di vino thailandese, utile per capire come approcciarsi a questo mercato. Il prototipo del consumatore abituale appartiene alla cosiddetta middle class, tra i 30 e i 50 anni, con un buon potere d'acquisto e una buona cultura. Spesso è inesperto, ma curioso, attento alla qualità più che al prezzo e aperto alle novità internazionali.

Il wine consumer, però, ha anche altri volti: gli "espatriati" e i turisti. Fanno parte della classe degli "espatriati" coloro che provengono da altri Stati (Giappone, Australia, Corea) e vivono stabilmente in Thailandia. Questa categoria connota consumatori di discreto livello, di età tra i 40 e i 70 anni, frequentatori di ristoranti e hotel internazionali. Non restano che i "vacanzieri", di età compresa tra i 20 e gli 80 anni, abitudinari nel consumo del vino. Un fattore accomuna tutte queste categorie: il forte gradimento di vini rossi, tanto che rappresentano il 70% del mercato.

Da parte del consumatore thailandese sussiste la consapevolezza che il consumo di vino sia salutare e comunque il vino è legato ad un concetto di stile di vita elevato grazie alla sua immagine di alta qualità. Secondo le stime il 10% della popolazione consuma vino ed il prodotto rappresenta il 3% del mercato delle bevande alcoliche. La quota è sensibilmente inferiore a quella della birra e dei superalcolici, ma risulta in crescita.

Secondo le statistiche dell'ICE, la prospettiva di un mercato in espansione fa ben sperare, ma il fattore più limitante è senza dubbio il prezzo al consumo, fortemente condizionato dalla presenza di una tassazione molto pesante. Sebbene la conoscenza sia ancora abbastanza limitata, la decisione d'acquisto non è condizionata solo dal prezzo, ma anche dal packaging e dall'etichettatura, i quali conferiscono un valore

aggiunto al prodotto.

Resta solo da capire chi siano i maggiori fornitori di vino in Thailandia. Buone notizie per Francia e Italia, Paesi da cui provengono i vini piú popolari in Thailandia e con cui esiste una lunga storia di importazione. Negli ultimi tempi, però, si è registrato un aumento delle importazioni di vini australiani e sudamericani, molto concorrenziali a livello di prezzi.

Le basi per creare importanti rapporti commerciali con il mercato vinicolo thailandese sono state gettate, la perseveranza potrebbe fare il resto. ☺