Le 10 tendenze odierne nel mercato di Hong Kong

scritto da Agnese Ceschi | 20 Settembre 2017



Da tempo stiamo analizzando i diversi studi sul mercato asiatico ed in particolare quello di Hong Kong, probabilmente quello più maturo nel continente del Far East in questo momento storico.

Lo facciamo perché i dubbi e le perplessità su questa area geografica sono ancora tanti e gli ostacoli da superare altrettanti, e poi perché mancano pochi mesi alla fiera che tra tutte raccoglie il maggiore bacino di contatti commerciali in Oriente, a cui parteciperemo anche noi: l'**Hong Kong International Wine and Spirits Fair** (9-11 novembre 2017).

Qualche mese fa abbiamo in una interessante intervista la direttrice Debra Meiburg ci aveva raccontato come il gusto dei consumatori di Hong Kong stia evolvendo a velocità esponenziale verso stili di consumo sempre più globali, con un'apertura maggiore nei confronti dei vini diversi da quelli storicamente presenti sul mercato come quelli francesi. Quindi

via libera ad Italia, Australia e Spagna, e alla recente avanzata di Austria, Sudafrica, Portogallo e Germania.
In aggiunta a tali considerazioni siamo andati oltre e abbiamo cercato nuovi approfondimenti, così, ispirandoci alla recente indagine di Wine Intelligence, abbiamo stilato i 10 punti che riassumono le tendenze del mercato di Hong Kong.

1 **Mercato competitivo**
il mercato di Hong Kong è un terreno di battaglia molto fitto di competitor, non solo provenienti dal mondo del vino, ma anche legati al settore della birra e degli spirits.

2 **Bianco contro rosso**
Hong Kong rimane un mercato dominato dai vini rossi, con interessanti segnali di crescita futura per i bianchi e i rosè.

3 **Sparkling wines**
Il segmento delle bollicine, categoria ancora dominata dallo Champagne, sta facendo spazio al Prosecco che rende le bollicine alla portata di tutti.

4 **Grande presenza di vini dal Nuovo Mondo**
Il mercato di Hong Kong è invaso dai vini del Nuovo Mondo, spinti da una grande attività promozione.

5 **Corsa dei prezzi al ribasso**
Grande pressione verso il basso dei prezzi, condizionati dalla presenza di discount e una trasparenza sul prezzo da parte dei retailer online

6 **Formato 750ml**
Il formato da 750ml continua a dominare il mercato, ma ci sono alcuni spiragli anche per i formati più piccoli.

7 **Minime opportunità per i vini “eco”**
In questo momento il mercato non è pronto ad accogliere vini organici, bio-dinamici e naturali

8 **Vini a basso contenuto di alcohol**
Nemmeno per questa categoria di vini c’è attualmente mercato ad Hong Kong.

9 **Tappo a vite**
Il tappo a vite è accettato solo nel caso di vini entry level, mentre per i premium e i vini del Vecchio continente è ricercato rigorosamente il tappo in sughero.

10 **Vino, questo conosciuto…**
I consumatori stanno dimostrando una crescente conoscenza nei confronti delle varietà di vini e attribuiscono maggiore importanza alla regione e al Paese di origine nel decidere quale vino acquistare.