

Malesia: alla ricerca del trendy purch  si guardi alla salute

scritto da Noemi Mengo | 30 Luglio 2018



La Malesia non   solo spiagge di sabbia bianca e mare cristallino, non   solo una meta a cui potete aspirare per le prossime vacanze, ma anche un potenziale mercato d'entrata. Come altri paesi del sud est asiatico, la Malesia rientra perfettamente nella categoria di quei Paesi in via di sviluppo, che potranno regalare grandi soddisfazioni a chi desidera importare dall'Italia, grazie alla percezione positiva del Made in Italy della popolazione malesiana.

Prima di addentrarci in un'analisi pi  dettagliata dei consumi registrati a partire dal 2011 e le previsioni di essi fino al 2021, forniti da un prezioso report di [IWSR Vinexpo](#), cerchiamo di inquadrare meglio lo stato della Malesia, la sua situazione economica e i gusti della popolazione in termini di vino.

Dopo il recente ritorno al potere di [Mohamad Mahathir](#), 93 anni

e premier per 22 anni di fila in carica, leader dell'opposizione e sostenitore dei "valori asiatici", il Paese gode di un **lento ma confermato sviluppo**, a livello sociologico e soprattutto economico. La spesa al consumo rimane un fattore chiave di crescita, trainata dalla bassa disoccupazione e dall'aumento dei salari (ce lo segnala [Atradius](#)). I beni di consumo italiani possono trovare buone disponibilità di acquisto da parte di una **classe emergente, che assegna al Made in Italy le caratteristiche di eleganza e prestigio** per affermare il proprio ruolo sociale. Ai malesiani piace il prodotto italiano, perché **va di moda ed è trendy**, ma deve incontrare il gusto asiatico e soprattutto essere "**healthy**". Sembra infatti che i consumatori stiano domandando sempre più prodotti naturali, con ingredienti organici, che abbiano benefici a livello di salute. Questa è un'ottima notizia per il trend dei vini organici, ed è insolito, considerando che in genere i mercati asiatici non sono ancora sufficientemente pronti ad accogliere in massa il vino biologico (a differenza dei paesi nord europei, come spiegato anche [qui](#)). La nota ancor più positiva di questa tendenza è che pur di ottenere un prodotto salutare **non hanno intenzione di badare a spese**.

Vini fermi

Buone notizie, la produzione locale è irrisoria, quindi **il Paese importa moltissimo**. Il volume, dal 2011 sino ad oggi è cresciuto in maniera costante, subendo un leggero picco nel 2014, ma attestandosi comunque nella fascia di 0.7 milioni in casse da 9 litri. Le previsioni per il 2021, vedono un leggero aumento in positivo, sia per quanto riguarda il volume sia dal punto di vista del consumo pro capite. Quest'ultimo infatti è passato da 0.338 litri per adulto nel 2011 ad un picco di 0.356 nel 2014, per poi scendere leggermente fino a 0.319 con il 2018. Contrariamente al volume che crescerà nel 2021, **le previsioni suggeriscono una diminuzione nei consumi pro capite**.

Coerentemente con i vicini del sud est asiatico, **i rossi sono**

la varietà più gradita, il cui consumo si prevede aumenterà sensibilmente. Scarsissimo spazio ai rosè, ma margini di crescita positivi per i bianchi fermi. Per quanto riguarda il prezzo, in questa categoria i prodotti di classe “super premium +” non riscuotono grandi consensi, ma la categoria standard ha un CAGR quinquennale (2016-2021) positivo, registrando un +1.5%. Il calcolo CAGR invece per paesi di origine si rivela interessante per il panorama Italiano: il Bel Paese è a +1.6%, nettamente davanti alla Francia, che scende in negativo a -2.0%. Gli importatori più grandi sono **Chile, Australia e Argentina**, mentre la Francia incredibilmente rimane fra i “peggiori”.

Vini Sparkling

Anche qui, l’importazione regna sovrana. Crescita esponenziale in volume dal 2011 in poi, con un picco sul consumo pro capite a 0.020 litri per adulto sempre nel 2014, con un leggero calo nel 2016 a 0.019. La ripresa è imminente, **con il 2021 si dovrebbe infatti tornare a 0.021 litri per adulto**. Come categoria, lo Champagne occupa un posto di rilievo, ma il Prosecco guadagna sempre più spazio e nel 2021 potrebbe crescere ancora molto. Per quanto riguarda i Paesi d’origine delle importazioni, qui **l’Italia è al secondo posto dopo la Francia**, con un CAGR 2016-2021 molto alto a +9.6%, contro il +3.4% francese.

Molto interessante qui è il CAGR per la spesa: vanno fortissimo gli sparkling della categoria “super premium +” a +4.2%.

Proprio perché orientati a spendere pur di ottenere prodotti “trendy” **il Prosecco ha ora una grande occasione per crescere**, ma va fatta una buona comunicazione del prodotto e della cultura del Prosecco come prodotto italiano in generale, non cercando di promuovere ogni singolo nascentino di una cantina. C’è ancora confusione sulle varietà italiane che, forse non ce ne rendiamo conto, sono infinitesimali. La Francia con lo Champagne c’è riuscita anni fa, per questo i consumi di questo

sono alti nella gran parte dei mercati internazionali. Scozia ammetterlo, ma sarebbe ora di imparare qualcosa.