

Tutto cambia in Corea del Sud

scritto da Agnese Ceschi | 20 Giugno 2016



Siamo nel continente asiatico, area del mondo che sta vivendo una recente apertura (prima di tutto culturale) al mondo del vino. Siamo nella Corea del Sud, Paese asiatico che non si discosta da questa tendenza. Se non fosse per un fattore: la cultura del vino è un concetto ancora relativamente nuovo e per questo motivo il vino viene concepito spesso come un prodotto di lusso, un simbolo di ricchezza e di un tenore di vita sofisticato. E sicuramente i prezzi molto alti non contribuiscono ad un diverso posizionamento.

Inoltre un altro dato da tenere in stretta considerazione: la scarsa sicurezza nella scelta del vino porta i sudcoreani a rifugiarsi in vini che sono presenti sul mercato da più tempo e dunque più conosciuti, come i vini francesi o cileni.

Questa la base di partenza, oggi. Il nuovo report di Wine Intelligence ci dà notizie confortanti e che fanno ben sperare in un cambiamento, prima di tutto culturale, che pare aver già

percorso i primi passi. Wine Intelligence parla di un mercato che sta progressivamente modificando le proprie abitudini conservatrici nella scelta del vino e sta imboccando strade più sperimentali man mano che aumenta la curiosità per il settore. Dal 2012 è stato rilevato un significativo aumento dei consumatori di vino importato alla ricerca di nuovi stimoli, nuovi prodotti. Inoltre sta aumentando anche la conoscenza dei vini provenienti da altri Paesi come Spagna e California, oltre che Italia.

Questo cambio di attitudini ed abitudini può essere attribuito in larga parte alle nuove generazioni, in particolar modo ai giovani dai 25 ai 34 anni, che stanno ampliando il loro repertorio di consumo e optando per provare anche, oltre ai soliti rossi, vini bianchi, sparkling meno conosciuti e vini da dessert.

Questi sono tutti segnali che conducono ad una diversificazione della domanda nel mercato del vino della Corea del Sud.

Per una buona notizia, ne arriva una meno buona. Un problema che sta emergendo sempre di più nel mercato sudcoreano è l'importante gap di prezzo che c'è tra i vini venduti nel Paese e fuori dal Paese. I consumatori stanno acquisendo più consapevolezza e sensibilità nei confronti del prezzo dei vini e per questo tendono a consumare sempre meno sul canale on-trade (bar, ristoranti), e invece acquistano sempre di più nel canale off-trade. La principale ragione è proprio la crescente attenzione al prezzo e la ricerca di prodotti in offerta promozionale.

I prezzi del vino in Corea del Sud sono destinati a stabilizzarsi specialmente se avverrà, come previsto, un cambiamento nel complicato sistema di tassazione attuale. Ciò contribuirà sicuramente al decollo della cultura del vino in Corea del Sud, ma per il momento non possiamo che rimanere a guardare.