# Corea del Sud: successo vini low-cost e polarizzazione del mercato

scritto da Giulia Ercole | 22 Dicembre 2024

*Il mercato del vino in Corea del Sud sta vivendo una profonda trasformazione, trainata da una crescente polarizzazione tra vini super premium ed economici. I consumatori, sempre più attenti al prezzo, favoriscono vini sotto i 7 euro. Le strategie di retailer come Kim's Club e Shinsegae L&B evidenziano un segmento entry-level in forte ascesa, creando nuove sfide e opportunità per il settore.*

Il mercato del vino in Corea del Sud sta vivendo una trasformazione significativa, trainata da un cambiamento nelle abitudini di consumo. **Sempre più consumatori stanno optando per vini entry-level**, spinti da una crescente **sensibilità al prezzo**. Una tendenza che sta influenzando profondamente le

strategie dei principali retailer.

Il rivenditore Kim's Club del gruppo E-Land, è uno dei protagonisti di questa evoluzione. A ottobre, lanciando la **serie Everybody's Wine Plus con quattro vini portoghesi a 9.999 won (circa 6,64 euro),** ha ottenuto un successo straordinario. Tra questi, il Confidential Reserva, con una valutazione di 4.0 su Vivino, ha esaurito le prime scorte in appena sette giorni, superando le 4.000 bottiglie vendute in un mese. Forte di questi risultati, il retailer ha introdotto due spumanti italiani a novembre, sempre mantenendo il prezzo di 9.999 won.

Secondo i dati forniti dal gruppo E-Land e ripresi da Vino Joy News, le vendite di vini acquistati direttamente da Kim's Club sono aumentate del 20,6% anno su anno tra il 2 ottobre e il 20 novembre. Questo dato conferma la crescente attrattiva dei vini accessibili in un **mercato in cui la sensibilità al prezzo rappresenta una caratteristica distintiva.**

*Leggi anche: Corea del Sud, vino: mercato fertile ma "non tutto è oro quel che luccica"*

La competizione tra i principali attori del settore si sta intensificando, lo dimostra Shinsegae L&B, il più grande importatore di vino della Corea del Sud che ha lanciato il vino cileno G7, sviluppato in collaborazione con la cantina Vigna del Pedregal. Durante la promozione "Squeak Day", G7 è stato venduto a soli 4.470 won (circa 3 euro), posizionandosi come uno dei vini più accessibili sul mercato. Anche a prezzo pieno, pari a 7.900 won (5,20 euro), rimane altamente competitivo. Dalla sua introduzione cinque anni fa, G7 ha venduto oltre 2 milioni di bottiglie, dimostrando la forza del segmento low-cost.

La Corea del Sud non è sola in questa tendenza verso i vini entry-level. La Cina, un mercato vicino e culturalmente affine, ha già vissuto un andamento simile. Sam's Club, leader

di mercato in Cina, ha venduto circa 5 milioni di bottiglie di vino direttamente importato nel 2023, generando un fatturato di oltre 800 milioni di yuan (circa 104,8 milioni di euro).

La pandemia ha accelerato la crescita del mercato del vino in Corea del Sud, con un **raddoppio del valore delle importazioni da 246,9 milioni di euro nel 2019 a 553 milioni di euro nel 2022**, secondo i dati doganali. **Tuttavia, il 2023 ha visto un calo del 12%** nelle importazioni, dovuto a un **eccesso di offerta**. Questo rallentamento ha evidenziato la **polarizzazione del mercato: da un lato i vini premium, dall'altro quelli economici.**

Yu Hongjie, fondatore di Sparkling World, il più grande importatore di vini spumanti in Cina, commenta: "**I giovani consumatori coreani**, con una maggiore tolleranza all'alcol, sono particolarmente sensibili al prezzo. **Vini con un prezzo superiore a 2,5 euro faticano a vendere**." La sua esperienza di esportatore in Corea del Sud negli ultimi cinque anni gli ha permesso di osservare come il mercato sia passato dalla predominanza di vini costosi durante la pandemia a una maggiore maturità, con **una parte del pubblico che cerca ancora vini premium e un'altra che si orienta verso rossi economici ad alto tasso alcolico.**

"La nostra attenzione si concentra sui **vini della Puglia, noti per il loro alto contenuto alcolico, i sapori dolci e i prezzi competitivi**," aggiunge Yu. Questa strategia riflette l'evoluzione delle preferenze dei consumatori coreani.

L'affermazione dei vini economici in Corea del Sud pone i retailer davanti a delle sfide strategiche e grazie a catene come Kim's Club e Shinsegae L&B che guidano il mercato, **il segmento entry-level sembra destinato a crescere ulteriormente.** Tuttavia, il futuro dipenderà dalla capacità dei produttori e degli importatori di soddisfare una **domanda sempre più polarizzata, offrendo prodotti di qualità a prezzi accessibili senza compromettere il fascino dei vini premium.**

In definitiva, il mercato vinicolo coreano si configura come un esempio emblematico di come la sensibilità al prezzo possa coesistere con il desiderio di lusso, creando opportunità uniche per i player del settore.

---

## Punti chiave:

1. **Polarizzazione del mercato**: Il mercato vinicolo sudcoreano si divide tra vini super premium e vini economici sotto i 7 euro, con il segmento entry-level in forte crescita.
2. **Crescita dei vini low-cost**: Retailer come Kim’s Club e Shinsegae L&B trainano le vendite di vini accessibili, con iniziative strategiche come la serie Everybody’s Wine Plus e il vino cileno G7.
3. **Cambiamento delle abitudini di consumo**: La pandemia ha accelerato l’interesse per i vini entry-level, spinti dalla crescente sensibilità al prezzo, soprattutto tra i giovani consumatori.
4. **Sfida per i produttori**: La competizione richiede un equilibrio tra qualità e prezzo, con focus su vini competitivi ma senza perdere il fascino del segmento premium.
5. **Trend regionale**: La Corea del Sud segue un modello simile alla Cina, dove la domanda di vini economici ha trasformato il mercato, aprendo opportunità significative per i produttori italiani e internazionali.