vinetur

Vietnam se convierte en la gran apuesta italiana para vender más vino premium

BolognaFiere lleva Wines Experience a Ho Chi Minh City tras un alza del 15,7% en las exportaciones italianas

martes 16 de junio de 2026



BolognaFiere llevará el proyecto Wines Experience a Ho Chi Minh City el próximo 25 de junio y el próximo 26 de junio, en una nueva cita profesional centrada en la promoción del vino italiano en Asia. El encuentro se celebrará en The Adora Center, uno de los principales recintos congresuales de la ciudad, y forma parte de la estrategia internacional vinculada a Slow Wine Fair y Sana Food.

La iniciativa está impulsada por United Experience, en colaboración con Fiere Italiane Sea y BolognaFiere. Su objetivo es poner en contacto a productores, importadores, distribuidores, compradores y operadores del canal horeca mediante reuniones concertadas, catas y sesiones de análisis del mercado. La organización plantea un formato business to business que busca ir más allá del modelo ferial clásico, con espacios tipo lounge y zonas temáticas de degustación para favorecer reuniones más útiles desde el punto de vista comercial.

La parada de Vietnam será la segunda del proyecto tras la celebrada en Londres el pasado 26 de abril y el pasado 27 de abril. Según la información difundida por WineNews, esa primera experiencia confirmó el interés del mercado por un sistema más selectivo para abrir negocio exterior. Después de Ho Chi Minh City, la siguiente cita está prevista en Ciudad de México el próximo 5 de noviembre y el próximo 6 de noviembre.

Para la edición vietnamita se esperan 60 expositores. La organización quiere reforzar la presencia del vino italiano en un país que considera prioritario dentro del Sudeste Asiático y poner el foco en el segmento premium. La elección no es casual. Vietnam supera los 100 millones de habitantes, tiene una población joven —el 70% tiene menos de 35 años— y ha registrado un avance medio del PIB superior al 7% en los dos últimos años, según los datos recogidos por WineNews.

Ese marco económico se refleja también en el consumo de bebidas importadas y en la evolución del vino. WineNews señala, a partir de datos de Istat analizados por ese medio, que las ventas de vino italiano en Vietnam alcanzaron 15,2 millones de euros en 2025. En ese mismo periodo, las exportaciones italianas al país asiático aumentaron un 15,7% respecto a 2024.

Las previsiones del sector apuntan además a una ampliación del mercado vinícola vietnamita hasta una horquilla situada entre 662 millones y más de 1.000 millones de dólares antes de 2030. Dentro de esa evolución, el vino de alta gama aparece como una de las categorías con más recorrido. Para bodegas, importadores y distribuidores, este tipo de encuentros puede servir para abrir nuevas vías comerciales en un momento en el que muchas empresas buscan repartir mejor sus ventas exteriores y

reducir su dependencia de destinos tradicionales.

Ho Chi Minh City y Hanói concentran más del 50% del mercado nacional de alimentación y bebidas. Esa concentración urbana explica parte del interés empresarial por Vietnam, donde también gana peso la restauración internacional, los wine bars especializados y las actividades formativas ligadas al vino. Todo ello ayuda a crear un consumidor más familiarizado con referencias extranjeras y con productos italianos.

Italia ocupa ya la segunda posición entre los exportadores de vino a Vietnam por valor, solo por detrás de Francia, según los datos citados por WineNews. Esa posición da margen para ampliar cuota en un país donde la clase media urbana aumenta y donde cambian los hábitos de consumo ligados a estilos internacionales.

A ello se suma el papel logístico y comercial de Vietnam dentro del área Asean. El país cuenta con varios acuerdos comerciales internacionales, entre ellos el tratado de libre comercio entre la Unión Europea y Vietnam, conocido como EVFTA, que facilita de forma progresiva la entrada de productos agroalimentarios europeos e italianos. Para el sector de bebidas, ese marco puede traducirse en mejores condiciones para introducir vino premium y consolidar redes locales de distribución.

Con esta cita en Ho Chi Minh City, BolognaFiere mantiene su plan para dar continuidad fuera de Italia a sus marcas feriales vinculadas a la alimentación y al vino. El proyecto Wines Experience se presenta así como una herramienta para acercar oferta italiana y demanda profesional en mercados internacionales con margen de desarrollo comercial.