vinetur

Oltre 10.000 visitatori da 60 paesi si riuniscono a Vinexpo Asia 2024

Il mercato cinese del vino e degli alcolici è destinato a crescere del 19% entro il 2027

giovedì 30 maggio 2024



Vinexpo Asia 2024 è tornata a Hong Kong lo scorso maggio dopo il suo debutto a Singapore l'anno scorso. Per tre giorni, dal 28 al 30 maggio, l'evento ha attirato più di 10.000 visitatori specializzati provenienti da 60 Paesi, presentando 1.032 produttori di vino e liquori da 35 Paesi presso il vivace Hong Kong Convention and Exhibition Centre (HKCEC).

Le discussioni principali dell'evento si sono incentrate su diversi temi cruciali, in particolare l'ascesa del baijiu, l'attenzione al mercato cinese e l'influenza di Hong Kong come hub commerciale.

Il dominio del baijiu

Un momento saliente del Vinexpo Asia è stata la sessione intitolata "Status Spirits: Progresso perpetuo o bolla in procinto di scoppiare?", condotta da Luke Tegner, direttore della consulenza di IWSR Drinks Market Analysis. Questa sessione ha approfondito il settore degli alcolici super-premium, definiti da IWSR come alcolici con un prezzo superiore a 100 dollari. Nonostante si tratti di un mercato di nicchia, l'importanza di questi alcolici di alto valore è cresciuta in modo sostanziale.

Dal 2017 al 2022, la quota di mercato di questi alcolici premium è quasi raddoppiata, passando dall'8% al 15% a livello globale. Il baijiu, un liquore cinese, detiene l'85% di questo segmento, per un valore di 212 miliardi di dollari. Mentre i volumi di vendita del baijiu a basso prezzo sono in calo, la categoria dei super-premium sta prosperando, raggiungendo prezzi straordinari. Tegner ha sottolineato questo aspetto, evidenziando la notevole performance del mercato del baijiu nonostante sia in gran parte confinato in Cina.

Tuttavia, c'è incertezza sull'appeal del baijiu nei confronti dei consumatori più giovani, che sono meno attratti dalle opzioni più economiche. I grandi marchi stanno sfruttando sempre più le piattaforme digitali per coinvolgere questa fascia demografica. Per esempio, Luckin Coffee ha venduto in un solo giorno caffè infuso con baijiu Kweichow Moutai per un valore di 100 milioni di yuan (circa 10,9 milioni di dollari).

Le forti vendite nei segmenti di prezzo elevati dovrebbero rafforzare la presenza del baijiu in altri mercati, come i negozi duty-free. Oltre al baijiu, altri alcolici di status come il whisky stanno registrando una domanda significativa in tutta l'Asia, con la regione che ha registrato la più alta crescita globale in questa categoria.

La Cina in primo piano

Prima dell'evento, Rodolphe Lameyse, CEO di Vinexposium, ha sottolineato che la Cina è ora l'obiettivo principale della fiera di Hong Kong. Nel frattempo, la fiera biennale di Singapore si rivolge maggiormente ai mercati del Sud-Est asiatico. La novità di quest'anno è stata la riconnessione con il mercato cinese. L'Asia, e in particolare la Cina, è un mercato cruciale per l'industria, con l'IWSR che prevede una crescita del 19% dei vini e degli alcolici entro il 2027.

Don St Pierre, cofondatore di ASC Fine Wines e AdaptEdge, ha contrastato l'idea che la Cina stia perdendo importanza. Hong Kong, che funge da porta d'accesso alla Greater Bay Area (GBA) con i suoi 87 milioni di abitanti, rimane fondamentale. La GBA è la regione cinese in più rapida crescita e vanta la popolazione più giovane e più istruita del Paese.

L'influenza di Hong Kong

Philippe Chan, Direttore Generale di YouGov Greater China, ritiene che Hong Kong sia in una posizione unica per guidare lo sviluppo del mercato GBA. Jaime Martin Chocano, direttore generale per l'Asia settentrionale di Edrington, ha osservato che l'influenza di Hong Kong e Macao sugli acquisti di lusso li rende luoghi ideali per gli investimenti in Cina. L'assenza di tariffe sul vino mantiene la rilevanza del mercato di Hong Kong, con una parte significativa del vino importato che viene riesportato in altri mercati asiatici.

Mattieu Thibaut, Direttore Generale di Corney and Barrow, ha fatto eco a questo sentimento, sottolineando l'accessibilità di Hong Kong alla Cina e rafforzando il suo status di hub vitale per il vino e gli alcolici.

Presenza australiana

Data l'importanza della Cina, la presenza di espositori australiani a Vinexpo Asia era attesa. Le tariffe sul vino australiano in Cina sono state abolite il 29 marzo, spingendo molti produttori a registrarsi alla fiera di Hong Kong. Importanti operatori come Yalumba hanno partecipato, soprattutto per incontrare di persona il loro importatore, ASC Fine Wines, per la prima volta dopo anni. Tuttavia, non tutti erano concentrati sulla

Cina. Handpicked Wines dalla Tasmania ha puntato a costruire relazioni con gli importatori della Corea del Sud e del Giappone, incontrando i distributori della Tailandia e di altri mercati del Sud-Est asiatico, a dimostrazione del più ampio appeal della fiera al di là della sola Cina.

Rappresentanza francese

Non sorprende che Vinexposium abbia assicurato una forte presenza francese, con espositori francesi che hanno rappresentato un terzo del totale. La Francia è uno dei principali fornitori di vino importato in Cina in termini di volume, il che rende Hong Kong uno snodo commerciale fondamentale tra i due Paesi.

L'ambasciatore francese in Cina, Bertrand Lortholary, ha partecipato alla cerimonia di apertura, sottolineando il potere del vino di creare ponti. Tuttavia, il futuro è incerto: si dice che la Cina potrebbe prendere di mira le esportazioni di vino dell'UE a seguito delle indagini antisovvenzioni condotte dall'UE sulle aziende cinesi. Questo potrebbe mettere a rischio gli 800 milioni di dollari di scambi di vino tra l'UE e la Cina, colpendo i principali esportatori come Francia, Italia, Spagna, Germania e Portogallo, con la Francia responsabile di quasi la metà di queste esportazioni.

Nonostante queste sfide, il fatto che il 2024 sia l'anno ufficiale del turismo tra Francia e Cina sottolinea l'importanza di Hong Kong come tappa cruciale nel percorso commerciale tra le due nazioni.