



**ITALIAN TRADE AGENCY**  
ICE – Italian Trade Commission  
Hong Kong

# Hong Kong

## Scheda

### Il mercato di Vino

Aggiornamento: Ottobre 2018

#### Ufficio di Hong Kong

Suite 4001, Central Plaza  
18 Harbour Road

Wanchai, Hong Kong

Telefono +852 2846 6500

Fax: +852 2868 4779

Email: [hongkong@ice.it](mailto:hongkong@ice.it)

<http://www.ice.gov.it/it/mercati/cina/hong-kong>

<http://www.sitoeng.ice.it/markets/china/hong-kong>

[www.italtrade.cn](http://www.italtrade.cn) (中文)

## **Panoramica del mercato**

Con l'obiettivo di affermarsi come *Hub* di riferimento per la commercializzazione e la distribuzione di vino in tutta l'area Asia-Pacifico ed in particolare con la Cina, il Governo di Hong Kong nel 2008 eliminò totalmente i dazi all'import sul vino ( e sulle bevande alcoliche con gradazione inferiore a 30° )

Hong Kong è pertanto diventato l'unico porto franco, tra le maggiori economie del mondo, anche per quanto riguarda il vino, divenendo così un mercato internazionale di primaria importanza nel settore.

Le normative per l'importazione dei vini sono a Hong Kong particolarmente snelle e veloci e non occorrono ne licenze, ne permessi, ne vi sono restrizioni o costi aggiuntivi. La Legge di Hong Kong dà indicazioni solo per quanto riguarda l'etichettatura che deve contenere informazioni peraltro comunemente presenti: nome del vino, grado alcolico, annata, luogo e stabilimento di produzione, varietà del vitigno e paese d'origine (con traduzioni solo in lingua inglese).

Hong Kong è ormai un mercato maturo dove operano importatori e distributori che trattano e conoscono in profondità vini provenienti da tutto il mondo. Secondo il locale "Commerce and Economic Development Bureau" sono attive a Hong Kong oltre 4.000 imprese che fanno *business* nel settore del vino, con un numero di addetti che è stato quantificato in circa 40.000 unità; vengono offerti servizi logistici di qualità (immagazzinaggio e trasporto), rete al dettaglio capillare, operatori del settore HO.RE.CA con ampia competenza e conoscenza del vino; operano qui le maggiori case d'asta internazionali e numerose sono le iniziative di formazione organizzate ogni anno a Hong Kong.

Oltre un decennio fa, il mercato delle bevande alcoliche a Hong Kong era ancora dominato dai liquori (cognac soprattutto), mentre il vino non era considerato abbastanza dai consumatori.

Tuttavia, dopo la pubblicazione negli anni '90 di una serie di ricerche mediche internazionali che sottolineavano la correlazione positiva tra un consumo moderato di vino d'uva e la salute (riduzione del rischio di malattie cardiache e maggiore longevità), c'è stato un sensibile aumento nel consumo di vino rosso ad Hong Kong, dove il vino ha così gradualmente sostituito il liquore come bevanda alcolica preferita. Oggi giorno Hong Kong è la città dell'Asia con il più elevato consumo pro-capite di vino: oltre 3,5 litri l'anno.

L'effetto congiunto dei provvedimenti di liberalizzazione e della consapevolezza della salubrità di un consumo moderato di vino ha determinato un aumento in valore delle importazioni totali passando da 366,5 milioni di dollari USA del 2008 a 1,5 miliardi di dollari USA nel 2017.

Da osservare che circa il 40% del vino importato ad Hong Kong viene poi riesportato verso la Cina.

L'Italia è il quinto Paese fornitore di Hong Kong, con un valore delle importazioni di Hong Kong pari a 44 milioni di Dollari USA, registrando un incremento in valore del + 26.4% sul 2016.( +30,7% per vino rosso e + 18,8% per vino bianco);nel 1 semestre 2018 primi dati vedono un ulteriore crescita del +3,6%)

La Francia si conferma come primo Paese fornitore.

Il mercato del vino (escluso quello frizzante) è largamente dominato dai vini rossi che rappresenta oltre il 95% del totale delle importazioni .

La percentuale di vini bianchi aumenta sensibilmente nel caso dell'Italia che presenta un rapporto di 70/30 tra rossi e bianchi esportati a Hong Kong).

## **Hong Kong: *Hub* commerciale, logistico, distributivo**

La domanda mondiale di vino sta spostandosi dai mercati di consumo tradizionali (come l'Europa) all'Asia. La forte crescita economica, il maggiore reddito medio pro-capite e i cambiamenti di stile di vita hanno portato ad un incredibile aumento della domanda di vino nella Cina continentale.

Per tale ragione, Hong Kong ricopre un ruolo centrale per chi intende estendere il proprio business in Cina e nei paesi del sud-est asiatico, data la strategica posizione geografica e le notevoli agevolazioni per il settore.

Inoltre rappresenta un'importante vetrina promozionale.

Ogni anno vi sono numerosi eventi ed attività legate al vino: dalle principali fiere internazionali, come la biennale Vinexpo Hong Kong, la Hong Kong Wine & Spirits, e Prowine Hong Kong che attraggono ad ogni edizione sempre più visitatori ed espositori da ogni parte del mondo, alla promozione della cultura del vino, come il Festival *Wine and Dine* destinato al pubblico, alla miriade di seminari, tastings, cene in cui vengono proposti abbinamenti tra vini e piatti cinesi che vengono organizzati da ristoranti, aziende ed associazioni estere.

Inoltre l'esperienza che gli operatori di Hong Kong hanno maturato relativamente al mercato cinese e asiatico in generale, permette di offrire servizi efficienti ed efficaci, non solo dal punto di vista promozionale, ma anche dal punto di vista operativo e organizzativo.

Negli anni recenti si è registrato un sensibile aumento degli investimenti in vini pregiati da parte di operatori asiatici. Le case d'asta internazionali specializzate nel settore come Christie's, Sotheby's e Bonhams, oltre alle tradizionali aste di Londra e New York hanno così da tempo scelto anche Hong Kong che si conferma il più grande centro d'aste internazionale.

A conferma del costante apprezzamento della qualità e tradizione italiana, negli ultimi anni anche l'Italia ha fatto il suo ingresso nel mondo delle aste del vino permettendo ai vini pregiati italiani di essere sempre più presenti nelle aste internazionali sul mercato di Hong Kong.

## **I principali Paesi fornitori di vino a Hong Kong**

Il mercato del vino d'uva a Hong Kong (specialmente nel mercato di fascia alta) è stato a lungo dominato dal vino francese, con quote di mercato di circa il 40-50%, per via della lunga presenza e la radicata fama dei vini francesi sul mercato. Negli ultimi anni, la "cultura" del vino è notevolmente cresciuta e gli importatori così come i consumatori locali hanno allargato i propri orizzonti e riconoscono e apprezzano vini provenienti da tutto il mondo. Di questa apertura hanno beneficiato anche i vini del Nuovo Mondo che, soprattutto per quanto riguarda quelli provenienti da Stati Uniti, Australia e Sud Africa, crescono significativamente, creando forte concorrenza nel mercato e cominciando a erodere quote di mercato ai danni di paesi storicamente produttori di vino, tra i quali la stessa Italia.

Secondo i dati sulle importazioni in valore, la Francia si conferma per valori al primo posto tra i Paesi fornitori, sia per il vino rosso (HS 22042191) che per il bianco (HS 22042192). L'Australia registra una forte crescita nella fornitura del vino rosso verso Hong Kong, posizionandosi al secondo posto. Interessante notare la terza posizione della classifica occupata dal Regno Unito. In realtà il valore esportato è dovuto sia al ruolo delle case d'asta che operano a Hong Kong sia ai trader inglesi che importano vino dai Paesi produttori (anche dall'Italia) e poi lo riesportano ad Hong Kong.

L'Italia si posiziona quale quinto Paese fornitore di Hong Kong per i vini rossi e secondo Paese fornitore per i bianchi.

### **La competitività dei vini del “Nuovo Mondo”**

I vini del Nuovo Mondo riescono ad essere competitivi nel mercato di Hong Kong perché tali vini sono più “facili” da bere (più fruttati, relativamente più facili da gustare per i neofiti) rispetto a quelli provenienti dai Paesi del vecchio mondo; ed inoltre mettono maggiore enfasi sulle varietà di uve utilizzate e quindi più facili da comprendere per i neofiti; i vini europei invece mettono l'accento sulla denominazione geografica che però presuppone una conoscenza del territorio che molti consumatori non hanno..

## Etichettatura e documentazione per l'export a Hong Kong

A Hong Kong non ci sono restrizioni particolari sull'etichettatura dei vini. I produttori di vino possono seguire le disposizioni in materia di etichettatura dei loro Paesi d'origine.

Secondo il cap. 109A delle Leggi di Hong Kong, sull'etichetta deve apparire la gradazione alcolica espressa in percentuale.

Il Dipartimento Dogana e Dazi di Hong Kong raccomanda che sull'etichetta appaiano le seguenti voci, che del resto sono comunemente presenti:

- Marchio
- Annata
- Cantina
- Varietà d'uva
- Paese d'origine

Lo schema seguente riassume quali documenti sono necessari e quali no per l'esportazione di vino a Hong Kong e Macao:

<b>DOCUMENTI ESPORTAZIONE</b>	
FATTURA EXPORT	√
DICHIARAZIONE DOGANALE	√
DOCUMENTI DI TRASPORTO	√
<b>PACKING LIST</b>	
CERTIFICATO DI ORIGINE	<b>Non obbligatorio</b>
CERTIFICATI DI ANALISI	<b>Non obbligatorio</b>
ETICHETTATURA DEL VINO	√
IMBALLAGGI	√
<b>DOCUMENTI DI IMPORTAZIONE</b>	
DICHIARAZIONE DOGANALE DI IMPORTAZIONE	√
DOCUMENTI DI SPEDIZIONE ALL'IMPORTAZIONE	√
CONTINGENTE DOGANALE	<b>NO</b>
BIOTERRORISM ACT	<b>NO</b>
NOTIFICA PREVENTIVA	<b>NO</b>
REGISTRAZIONE ETICHETTE	<b>NO</b>
DAZI E ALTRE IMPOSTE A CARICO IMPORTATORE NEL PAESE	<b>NO</b>
ALTRI EVENTUALI DOCUMENTI NECESSARI SECONDO IL PAESE IMPORTATORE	<b>NO</b>

√: **Obbligatorio**

Il mercato del vino di Hong Kong e' ormai da considerare "internazionale" nel senso che qui si svolgono fiere specializzate (Vinexpo HK, HK Wine & Spirits, Prowine HK) che attraggono ad ogni edizione decine di migliaia di buyers ed operatori di tutto il mondo, ed e' inoltre una piazza fortemente competitiva: un numero sempre piu' ampio di produttori internazionali partecipa alle iniziative promozionali e spinge per entrare e radicarsi nel mercato di Hong Kong che consente di conquistare una posizione di vantaggio nella strategia di ingresso al mercato cinese.

In linea generale, il mercato del vino di Hong Kong e' da considerarsi maturo, anche da un punto di vista "culturale". I ceti piu' abbienti e le generazioni piu' giovani, infatti, stanno sempre più assumendo stili di vita e atteggiamenti culturali "occidentali": e' ormai divenuto frequente l'acquisto da parte dei consumatori locali di una bottiglia di vino per celebrare una festività o anche solo per la cena nel week end o per un normale incontro fra amici. Il vino è diventato parte delle abitudini quotidiane rispetto a 7-8 anni fa.

La formazione è un altro elemento chiave che contribuisce allo sviluppo del mercato del vino. Riuscire ad apprezzare un vino e saperne distinguere i diversi tipi e' un elemento moltiplicatore di diffusione della "cultura del vino" e del suo consumo. Corsi di formazione e degustazioni di vino sono organizzati frequentemente a Hong Kong da associazioni di categoria o importatori, sia in inglese che in cantonese.

Gli stessi media, riviste specializzate o lifestyle, giornali e periodici gratuiti contribuiscono fortemente allo sviluppo del mercato ed alla "cultura del bere", con servizi, interviste ad operatori del settore, informazioni sugli eventi legati al vino che si svolgono in città, raccomandazioni e giudizi sui vini e sui ristoranti dove possono essere degustati.

La Tavola qui di seguito indica il prezzo medio di importazione del vino dai 3 principali paesi produttori di vini di uve fresche e dall'Italia al 2016.

Per quanto riguarda il prezzo medio di importazione del vino italiano risulta di circa 12,7 US\$/lt per il vino rosso e 12,4 US\$/lt per il vino bianco; i vini francesi hanno ancora il prezzo d'importazione più elevato, sia per il rosso sia per il bianco, con una quotazione più che doppia rispetto ai vini italiani.

**PREZZO MEDIO DI IMPORTAZIONE (PER LITRO) DI VINO ROSSO (HS 22042191) E VINO BIANCO (HS 22042192) A HONG KONG**

USD/ Litro		2013	% Variatz	2014	% Variatz	2015	% Variatz	2016	% Variatz.
Francia	Rosso	33.3	6.39	32.9	-1.20	39.4	19.76	45.5	15.48
	Bianco	16.8	11.3	14.7	-12.5	24.3	65.31	24.25	-0.21
Australia	Rosso	10.7	15.7	12.4	15.9	16.4	32.26	21.0	28.05
	Bianco	7.61	6.73	7.38	-3.02	7.9	7.05	8.1	1.98
USA	Rosso	12	-20.5	8.5	-29.2	8.3	-2.35	6.7	-19.28
	Bianco	5.42	7.75	8.08	49.1	7.18	-11.14	7.68	6.96
<b>Italia</b>	<b>Rosso</b>	<b>11.8</b>	<b>-7.09</b>	<b>14.5</b>	<b>22.9</b>	<b>11.5</b>	<b>-20.69</b>	<b>12.7</b>	<b>10.43</b>
	<b>Bianco</b>	<b>6.50</b>	<b>6.21</b>	<b>6.64</b>	<b>2.15</b>	<b>5.1</b>	<b>23.19</b>	<b>12.4</b>	<b>142.59</b>

Fonte: Hong Kong Trade Statistics, Census & Statistics Dept., HKSAR April, 2017 - (Prezzo medio di importazione =

I prezzi medi della tabella sono riferiti al prezzo di importazione. Successivamente, secondo quanto affermato da alcuni importatori, il *gross profit* ottenuto rivendendo al retailer varia dai 30 ai 45 punti percentuali. Tuttavia i livelli di ricarico sui prezzi stanno diminuendo dato l'incremento della concorrenza tra trader. Inoltre, per effetto della globalizzazione, è più semplice che i prezzi di mercato siano conosciuti e che vengano esclusi i trader che applicano ricarichi eccessivi.

### **Strumenti promozionali**

Le attività promozionali più comuni ad Hong Kong nel settore del vino sono:

- eventi di degustazione (privati e pubblici):
  - venditori che offrono la degustazione del vino in negozio per promuovere le vendite in generale e alcuni vini in particolare; i grandi importatori organizzano promozioni nazionali o su larga scala con degustazione una o due volte l'anno;
  - enti commerciali, club e media organizzano molto spesso degustazioni di vini particolari in diversi momenti dell'anno;
- promozioni e vendite presso i punti vendita come enoteche, supermercati, ecc.;
- fiere di settore ((Vinexpo HK, HK Wine & Spirits, Prowine HK);
- incentivi per i consumatori;
- promozioni congiunte con ristoranti occidentali di alta gamma (ad esempio: cene con produttori, presenza di chef famosi, menu promozionali, ecc.).

### **Considerazioni sull'introduzione di nuovi prodotti**

Quando gli importatori introducono nuovi prodotti sul mercato di Hong Kong tengono principalmente in considerazione:

- reputazione / marchio del vino:
  - un significativo valore aggiunto e' costituito da premi o punteggi che i vini ottengono dalle Guide di settore o da esperti internazionali;
- qualità;
- competitività del prezzo;
- rarità.

### **Controllo qualità**

Di solito i maggiori importatori e dettaglianti di Hong Kong sono dotati di magazzini con aria condizionata 24 ore per mantenere le proprietà dei vini importati.

Normalmente non ci sono controlli di qualità speciali da parte degli importatori/dettaglianti locali, in quanto si presume che la qualità sia assicurata dai produttori.

I grossi importatori fanno invece testare e prezzare tutti i vini importati da consulenti professionisti alle loro dipendenze e dai buyer, al fine di garantire la qualità.

## Il sistema di distribuzione ad Hong Kong

Ad Hong Kong, il sistema di distribuzione è molto semplice, costituito sostanzialmente dagli importatori che, a loro volta, possono essere sia dettaglianti che distributori. Tutto quello che occorre è ottenere una licenza di vendita dal Governo di Hong Kong seguendo una semplice procedura.

In generale gli importatori, i grossisti e i dettaglianti di vino hanno rapporti di fornitura con diversi operatori. La maggior parte degli importatori si rifornisce direttamente nei Paesi produttori di vino, mentre alcuni si rivolgono a consolidatori non necessariamente dei Paesi produttori e chiedono loro di occuparsi della logistica.

Ad Hong Kong ci sono alcuni importatori specializzati in vini italiani, ma pochi rispetto al numero di importatori specializzati nell'importazione di vini francesi.

Normalmente gli importatori distribuiscono i vini in 2 direzioni:

- 1) Business-to-business (B-to-B): HoReCa
- 2) Business-to-consumers (B-to-C): i vini vanno direttamente al mercato al dettaglio

Per gli importatori più strutturati e presenti da tempo, la percentuale di vino distribuito al mercato B-to-B e al dettaglio è normalmente del 60%:40%, alcuni arrivano a 70%:30%. Siccome andare al ristorante e ordinare vino a Hong Kong è molto costoso (i ristoranti di solito triplicano il costo dei vini quando sono presenti sul menù), alcuni importatori vendono i vini davvero costosi direttamente tramite il canale al dettaglio.

## Il mercato dei vini italiani nella GDO di Hong Kong

Tra i possibili modelli distributivi, la Grande Distribuzione (GDO) è il canale distributivo predominante a Hong Kong, quindi punto di riferimento per comprendere le dinamiche e le caratteristiche del mercato.

Al fine di analizzare il mercato del vino italiano nella GDO, sono stati presi in considerazione 9 punti vendita, ritenuti significativi allo scopo della ricerca: Wellcome, Parknshop, Taste, Fusion, il Bel Paese, Citysuper, Watson Wine, Jasons e Oliver's.

## CLASSIFICAZIONE DEI RETAILERS

	FASCIA BASSA	FASCIA MEDIA	FASCIA ALTA
			CitySuper
A.S. Watson Group	Parknshop	Taste Fusion	Watson Wine
Dairy Farm Group	Wellcome		Jasons Oliver's
		Il Bel Paese	

Per ciascuno dei suddetti punti vendita sono stati presi in considerazione i prezzi dei vini italiani bianchi e rossi e sono state misurate le quote detenute dal vino italiano.

Tra i diversi punti vendita è stato possibile riscontrare differenze in termini di prezzi, quantità, tipologie di vini venduti e modalità di esposizione dei vini.

#### Fascia Alta

Citysuper, Jasons e Oliver's sono retailers di fascia alta, all'interno dei quali una sezione è interamente dedicata ai vini e in particolare i vini pregiati non sono esposti in espositori standard, ma in locali a temperatura controllata, atti a garantirne e preservarne le qualità. Inoltre offrono materiale informativo, organizzano eventi promozionali, veri e propri percorsi di degustazione e si avvalgono di personale esperto, in grado di spiegare le caratteristiche dei vini.

Lo stesso vale per Watson Wine, catena di enoteche appartenente a Watson Group (per la ricerca è stata presa in considerazione un'enoteca situata all'interno di Great).

#### Fascia Media

Taste e Fusion sono punti vendita di fascia media, che al contrario dei retailers descritti sopra non organizzano eventi promozionali.

Il Bel Paese è un retailer di fascia media, che vende esclusivamente prodotti italiani (food & wine), presenta un layout che richiama lo stile italiano ed organizza eventi di promozione.

#### Fascia Bassa

Wellcome e Parknshop appartengono alla fascia bassa e come tali si limitano ad una esposizione classica del prodotto, senza organizzare eventi promozionali.

### **PREZZI DEI VINI BIANCHI ITALIANI NELLA GDO DI HONG KONG**

GDO		RANGE PREZZI VINO BIANCO ITALIANO		
		Fascia Bassa	Fascia Media	Fascia Alta
Fascia Bassa	WELLCOME	79-145	-	-
	PARKNSHOP	69-99	-	-
Fascia Media	FUSION	69-99	-	-
	TASTE	49-99	-	-
	IL BEL PAESE	95-280	340-395	-
Fascia Alta	CITYSUPER	120-255	275-405	698
	JASONS	120-245	-	-
	OLIVER'S	89-185	-	-
	WATSON WINE	118-238	-	-

Fonte: ICE Hong Kong. I prezzi sono espressi in HK \$ e riferiti alla bottiglia..

Nota: il tasso di cambio €/HK \$ è di 8.844, che corrisponde alla quantità di HK \$ per 1 euro.

## PREZZI DEI VINI ROSSI ITALIANI NELLA GDO DI HONG KONG

GDO		RANGE PREZZI VINO ROSSO ITALIANO			
		Fascia Bassa	Fascia Media	Fascia Alta	Pregiati
Fascia Bassa	WELLCOME	88-269	309-550	-	-
	PARKNSHOP	89-299	-	-	-
Fascia Media	FUSION	89-299	-	-	-
	TASTE	89-299	-	-	-
	IL BEL PAESE	69-298	320-485	528-838	-
Fascia Alta	CITYSUPER	135-295	310-585	690-850	1200-5530
	JASONS	89-259	306-558	615-869	-
	OLIVER'S	119-288	309-595	685-836	1890
	WATSON WINE	100-278	348-586	620-1280	1880-12880

Fonte: ICE Hong Kong. I prezzi sono espressi in HK \$ e riferiti alla bottiglia..

Nota: il tasso di cambio €/HK \$ è di 8.844, che corrisponde alla quantità di HK \$ per 1 euro.

Riassumere il prezzo dei vini italiani sul mercato al dettaglio di Hong Kong con un prezzo medio sarebbe stato riduttivo e poco significativo, data l'eterogeneità dei prezzi. Al contrario al fine di cogliere in maniera completa le informazioni del mercato, si è ritenuto opportuno mantenere un adeguato livello di disaggregazione dei dati, nel modo seguente:

- per ogni punto vendita i vini registrati sono stati classificati in vini di fascia bassa, media, alta e – nel caso dei vini rossi – vini pregiati, sulla base dei prezzi e non sulla base della qualità;
- all'interno delle tavole è indicato il range di variazione dei prezzi ( cioè prezzo minimo e prezzo massimo) per ciascuna fascia di prezzo.

Alcune osservazioni:

La prima osservazione riguarda le differenze tra i vini bianchi e i vini rossi.

I vini bianchi italiani appartengono perlopiù ad una fascia di prezzo bassa (79-280 HK\$) e solo nei punti vendita specializzati (Citysuper, Watson Wine e il Bel Paese) è possibile trovare bottiglie che superino i 300 HK\$, fino ad un massimo di 698 HK\$.

Per quanto riguarda i vini rossi, il range della fascia bassa di prezzo (89-299 HK\$) supera di pochi dollari HK quello dei vini bianchi; tuttavia guardando alle fasce di prezzo superiori il dislivello aumenta, tanto che è stato necessario aggiungere un'ulteriore classe: quella dei vini "pregiati".

In particolare il range di prezzo per la fascia media è 309-595 HK\$, per la fascia alta è 528-

1.280 HK\$ e i vini pregiati arrivano a costare dai 1.200 a 12.880 HK\$.

E' evidente che solo i supermercati di fascia alta vendono bottiglie più costose - dato il target di riferimento - e questo richiede un maggior impegno da parte del retailer nell'organizzare momenti educativi per far conoscere le qualità dei vini.

All'interno del gruppo AS Watson Group: Parknshop, Fusion e Taste hanno più o meno gli stessi vini e i prezzi mediamente non cambiano. Inoltre Watson Wine, essendo un'enoteca, espone un maggior numero di vini e i prezzi sono decisamente maggiori.

All'interno del gruppo Dairy Farm Group, Jasons e Oliver's espongono un maggior numero di vini rispetto a Wellcome; in particolare quest'ultimo espone vini appartenenti ad una fascia di prezzo medio-bassa, mentre Jasons e Oliver's hanno un'offerta più completa.

Infine per quanto riguarda le denominazioni, dai dati emerge che tra i bianchi il Pinot Grigio è il vino più diffuso all'interno dei retailers e per i rossi i più diffusi sono: Amarone, Chianti, Barolo, Barbaresco, Brunello, Sangiovese, Montepulciano e Merlot.

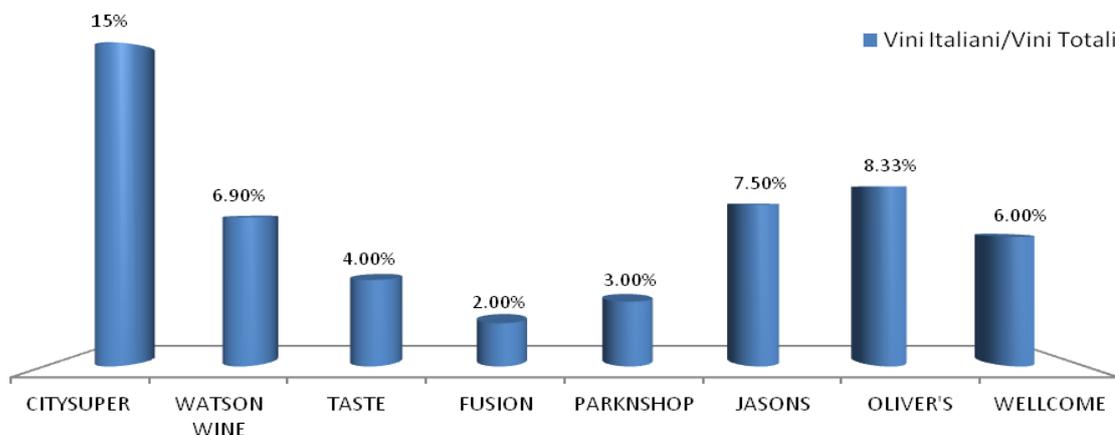
La presenza dei vini italiani nella GDO di Hong Kong è ancora limitata; infatti escludendo il Bel Paese, che vende esclusivamente vini italiani, negli altri casi la percentuale dei vini italiani sul totale dei vini esposti non supera il 15% e in alcuni casi è pari al 2%.

I principali competitors sono rappresentati non solo dai vini del Vecchio Mondo, in particolare francesi, ma anche dai vini del Nuovo Mondo (Australiani e Neozelandesi).

Questo dimostra che ad oggi i vini italiani sono ancora poco conosciuti e sottovalutati, per questo i retailers preferiscono limitarsi alla vendita delle denominazioni più famose.

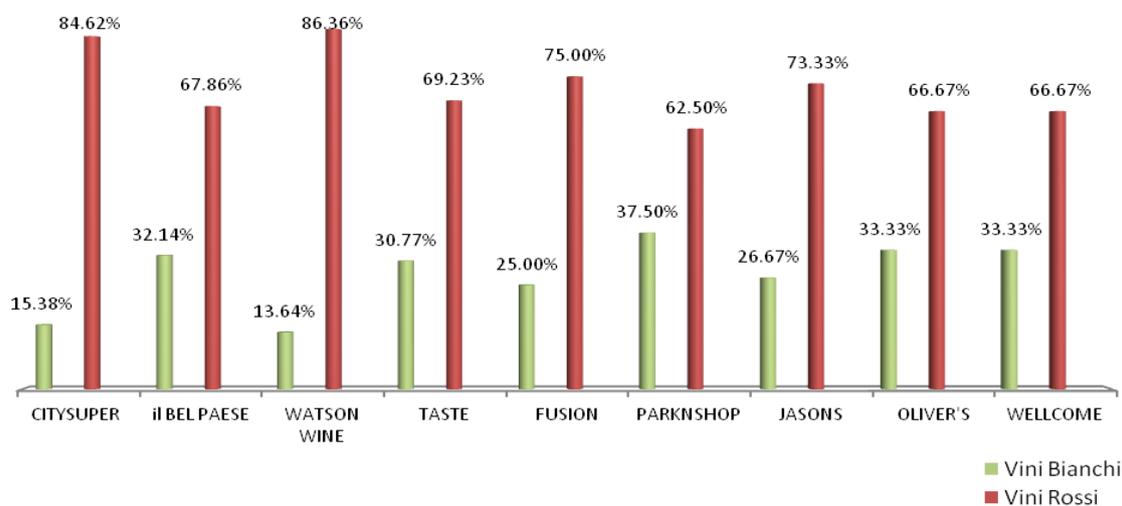
Questo non deve essere considerato come un fattore negativo, ma al contrario è opportuno considerare la possibilità di incrementare la quota dei vini italiani, ancora ridotta e poco in linea con la qualità dei vini e con il vantaggioso rapporto qualità/prezzo che li contraddistingue.

## LA PRESENZA DEI VINI ITALIANI



Fonte: ICE Hong Kong

## % DEI VINI ROSSI E DEI VINI BIANCHI ITALIANI



Fonte: ICE Hong Kong

La maggior parte dei vini italiani esposti nella GDO sono vini rossi; in effetti la quota dei bianchi varia dal 13.64% al 37.50%.

Questo è in linea con i dati riferiti alle importazioni di vino italiano a Hong Kong, in cui il vino rosso è importato in misura superiore rispetto al bianco, con un rapporto di 70/30.

Le ragioni sono da ricercare prevalentemente nella cultura e nella tradizione, secondo cui il vino per eccellenza è il vino rosso (che ha anche delle riconosciute proprietà benefiche) ed esistono ancora perplessità sull'acidità dei bianchi.

In considerazione della ricettività del mercato e della crescente sensibilità e "cultura" del vino che i consumatori locali stanno progressivamente acquisendo, anche per i vini italiani si possono aprire importanti spazi di mercato.

SEGUONO TAVOLE STATISTICHE

**Tavola 1**

**IMPORTAZIONI DI HONG KONG CATEGORIA (HS 2204) - COMPRENDENTE TUTTE LE  
 BEVANDE ALCOLICHE DI GRADAZIONE SUPERIORE A 5% VOL. ED INFERIORI A 30% VOL.  
 (MOSTI D'UVA, VINO SPUMANTE, CHAMPAGNE, VINO BIANCO, VINO ROSSO,  
 PORTO, CHERRY, ECC.)**

Fonte: Hong Kong Trade Statistics, Census & Statistics Dept., HKSAR July, 2018— *Valore: milioni di dollari USA*

HONG KONG'S IMPORTS BY ORIGINS													
OF WINE OF FRESH GRAPES, INCLUDING FORTIFIED WINES; GRAPE MUST OTHER THAN THAT OF HEADING 2009. (HS 2204)													
											VALUE: USD (MN)		
		- 2014 -			- 2015 -			- 2016 -			- 2017 -		
RANK	ORIGINS	VALUE	%SHR	%CHG	VALUE	%SHR	%CHG	VALUE	%SHR	%CHG	VALUE	%SHR	%CHG
	TOTAL	1,081	100	5.1	1,380	100	27.6	1543	100	11.9	1532	100	-0.77
1	FRANCE	562	52	-7.7	860	62.4	53	969	62.8	12.8	910	59.5	-6
2	AUSTRALIA	103	9.6	15	196	14.2	89.4	273	17.7	39.5	283	18.5	3.9
3	UNITED KINGDOM	116	10.7	7.2	116	8.4	0.2	115	7.5	-0.8	111	7.3	-3.3
4	U S A	57	5.3	-16.7	64	4.6	12.6	60	3.9	-6.6	78	5.1	30.2
5	ITALY	35	3.2	10.7	32	2.3	-8.4	35	2.2	8	44	2.8	26.4
6	CHILE	24	2.2	31.3	24	1.8	3.4	22	1.4	-8.4	23	1.5	2.2
7	SPAIN	14	1.3	-10.9	17	1.2	17.7	16	1	-6.9	17	1.1	12.7
8	NEW ZEALAND	12	1.1	-10.9	11	0.8	-6.3	10	0.7	-6.5	11	0.7	12.6
9	SWITZERLAND	11	1.1	-37.3	10	0.7	-12.6	7	0.5	-29.6	11	0.7	61.9
10	GERMANY	17	1.5	-4	15	1.1	-8.9	7	0.4	-55.7	14	0.9	106

Tavola 2

**IMPORTAZIONI A HONG KONG DI VINO ROSSO E BIANCO (HS 22042191, 22042192)**  
Analisi delle quote di vino rosso e di vino bianco sul totale di vino importato da ciascun paese

Paese		2014	Rapporto %	2015	Rapporto %	2016	Rapporto %	2017	Rapporto %
			tra rosso e bianco						
Mondo	Vino Rosso	968,191	96:4	1,256,986	96:4	1,411,586	96:4	1,398,886	96:4
	Vino bianco	42,109		48,685		55,616		61,414	
	<b>Totale</b>	<b>1,010,301</b>		<b>1,305,672</b>		<b>1,467,202</b>		<b>1,460,300</b>	
Francia	Vino Rosso	486,961	97:3	776,909	97:3	882,431	98:2	883,794	97:3
	Vino bianco	15,373		21,493		22,396		21,788	
	<b>Totale</b>	<b>502,334</b>		<b>798,402</b>		<b>904,827</b>		<b>855,582</b>	
Regno Unito	Vino rosso	115,026	99.8: 0.1	114,670	99.5:0.5	111,131	98:2	102,487	95:5
	Vino bianco	159		545		2,588		5,675	
	<b>Totale</b>	<b>115,186</b>		<b>115,215</b>		<b>113,720</b>		<b>108,163</b>	
USA	Vino rosso	52,553	95: 5	58,167	95:5	54,836	95:5	74,707	97:3
	Vino bianco	2,784		2,781		2,630		2,133	
	<b>Totale</b>	<b>55,337</b>		<b>60,949</b>		<b>57,466</b>		<b>76,839</b>	
Australia	Vino rosso	96,122	94:6	187,518	96:4	264,858	98:2	269,928	97:3
	Vino bianco	5,807		6,854		6,540		8,255	
	<b>Totale</b>	<b>101,929</b>		<b>194,372</b>		<b>270,398</b>		<b>278,184</b>	
Germania	Vino rosso	12,566	79:21	11,715	80:20	4,199	66:34	10,840	81:19
	Vino bianco	3,381		2,905		2,124		2,492	
	<b>Totale</b>	<b>15,947</b>		<b>14,619</b>		<b>6,323</b>		<b>13,332</b>	
Nuova Zelanda	Vino rosso	6,933	60:40	6,240	58:42	5,511	55:45	6,181	55:45
	Vino bianco	4,545		4,527		4,539		5,120	
	<b>Totale</b>	<b>11,478</b>		<b>10,767</b>		<b>10,050</b>		<b>11,302</b>	
Italia	Vino rosso	28,580	88:12	26,236	89:11	22,962	71:29	30,001	73:27
	Vino bianco	3,800		3,320		9,166		10,886	
	<b>Totale</b>	<b>32,380</b>		<b>29,556</b>		<b>32,128</b>		<b>40,887</b>	
Cile	Vino rosso	21,543	92:8	22,511	93:7	20,565	92:8	21,261	94:6
	Vino Bianco	1,850		1,804		1,698		1,426	
	<b>Totale</b>	<b>23,393</b>		<b>24,315</b>		<b>22,263</b>		<b>22,688</b>	
Spagna	Vino rosso	12,383	93:7	15,202	95:5	13,963	94:6	16,013	95:5
	Vino Bianco	962		721		880		830	
	<b>Totale</b>	<b>13,345</b>		<b>15,923</b>		<b>14,843</b>		<b>16,843</b>	

Fonte: Hong Kong Trade Statistics, Census & Statistics Dept., HKSAR July, 2018— Valore: migliaia di dollari  
USA

**Tavola 3**

**IMPORTAZIONE E CONSUMO DOMESTICO A HONG KONG DI VINO DI UVE FRESCHE (VINO FRIZZANTE ESCLUSO) (HS 220421)**

	- 2014 -		- 2015 -		- 2016 -		- 2017 -	
	valore	VAR. %						
<b>Importazioni</b>	1,012,441	5.7	1,307,522	29.1	1,472,535	12.6	1,466,493	-0.41
<b>Ri-esportazioni</b>	298,369	54.5	599,155	100.8	655,227	9.4	558,557	-14.8
<b>Consumo interno</b>	714,072	-6.6	708,367	-0.80	817,308	15.4	907,936	11.1

\* Indicazione sul consumo INTERNO = Totale Importazioni – Riesportazioni; stock non considerato per i prodotti invenduti

Fonte: Hong Kong Trade Statistics, Census & Statistics Dept., HKSAR July, 2018— *Valore: migliaia di dollari USA*

**Tavola 4**

**IMPORTAZIONI DI HONG KONG DI VINO SPUMANTE DA UVE FRESCHE (ESCLUSO CHAMPAGNE) (HS 22041090) – IN VALORE**

**HONG KONG'S IMPORTS BY ORIGINS**

**OF SPARKLING WINE OF FRESH GRAPES (EXCEPT CHAMPAGNE) (94 LITRE) (HS 22041090)**

											VALUE: USD (MN)								
											- 2017 -								
											- 2014 -			- 2015 -			- 2016 -		
RANK	ORIGINS	VALUE	%SHR	%CHG	VALUE	%SHR	%CHG	VALUE	%SHR	%CHG	VALUE	%SHR	%CHG						
	TOTAL	7	100	25.3	7	100	-7.2	7	100	-4.0%	8	100	19%						
1	FRANCE	2	23.6	114	1	21.4	-15.9	3	40.2	80.3%	3	39.8	18.4%						
2	ITALY	2	26.5	-3	2	27.1	-5.1	2	26.7	-5.6%	2	26.8	25.1%						
3	AUSTRALIA	1	14.2	-7.9	1	12.9	-15.7	1	11.08	-17.6%	1	11	20%						
4	SPAIN	*	6.5	3.4	*	6.7	-5.4	*	5.9	-15.3%	*	5.8	20.3%						
5	U S A	*	3.7	-33.8	*	1.6	-59.2	*	4.2	146.4%	*	4.2	44.5%						
6	GERMANY	*	6	202.9	*	4.7	-27.9	*	3.2	-34.7%	*	3.2	29.8%						
7	UNITED KINGDOM	*	0.4	-55.1	*	2.3	385.1	*	0.8	-67.8%	*	2.9	206.4%						
8	JAPAN	*	3.4	487.4	1	18.6	411.9	*	1.4	-92.8%	*	1.4	-2.9%						
9	SOUTH AFRICA	*	0.8	-83.7	*	1.4	65.4	*	0.6	-58.6%	*	1.3	57%						
10	SWITZERLAND	1	7.3	..	*	0.1	-98.7	*	2.9	..	*	0.6	-99.8%						

(\* Insignificant) (..Over 1000% increase)

Fonte: Hong Kong Trade Statistics, Census & Statistics Dept., HKSAR July, 2018— *Valore: milioni di dollari USA*

**Tavola 5**  
**IMPORTAZIONI IN VALORE A HONG KONG DI VINO ROSSO (HS 22042191) E BIANCO (HS 22042192)**

Paese		Classifica (su dati)		2014	2015	2016	2017
<b>Francia</b>	Rosso	1	Valore	487,741	760,020	888,177	836,376
			% Quota	50.3	60.0	62.5	59.6
	Bianco	1	Valore	15,398	19,456	22,530	21,968
			% Quota	36.5	39.7	39.9	35.6
<b>Regno Unito</b>	Rosso	3	Valore	115,210	115,632	111,880	103,039
			% Quota	11.9	9.1	7.9	7.4
	Bianco	4	Valore	160	549	2,620	5,688
			% Quota	0.4	1.1	4.6	9.2
<b>Stati Uniti</b>	Rosso	4	Valore	52,637	58,618	55,281	74,962
			% Quota	5.4	4.6	3.9	5.3
	Bianco	7	Valore	2,788	2,803	2,648	2,166
			% Quota	6.6	5.7	4.7	3.5
<b>Australia</b>	Rosso	2	Valore	96,276	170,039	265,501	269,868
			% Quota	9.9	13.4	18.7	19.2
	Bianco	3	Valore	5,816	6,910	6,592	8,273
			% Quota	13.8	14.1	11.7	13.4
<b>Svizzera</b>	Rosso	8	Valore	10,841	9,851	6,786	11,281
			% Quota	1.1	0.8	0.5	0.8
	Bianco	17	Valore	29	27	73	86
			% Quota	-59.3	0.1	0.1	0.1
<b>Cina</b>	Rosso	29	Valore	101,398	50,678	281	104
			% Quota	10.5	4.0	-	-
	Bianco	24	Valore	1,232	2,990	4	11
			% Quota	384.5	6.1	-	-
<b>Italia</b>	Rosso	5	Valore	<b>28,626</b>	26,468	23,180	30,075
			% Quota	<b>3</b>	2.1	1.6	2.1
	Bianco	2	Valore	<b>3,806</b>	3,401	9,733	10,913
			% Quota	<b>9.0</b>	6.9	17.2	17.7

(- NIL)

Fonte: Hong Kong Trade Statistics, Census & Statistics Dept., HKSAR July, 2018 - *Valore: migliaia di dollari USA*

**Tavola 6**  
**IMPORTAZIONE IN VOLUMI A HONG KONG DI VINO ROSSO (HS 22042191) E BIANCO (HS 22042192)**

Paese		Classifica (su dati 2017)		2014	2015	2016	2017
Francia	Rosso	1	Litri	14,823	19,750	19,425	17,834
			% quota	33.2	36.3	35.6	35.6
	Bianco	1	Litri	1,048	885	925	862
			% quota	21.2	17.4	18.8	18.8
Australia	Rosso	2	Litri	7,785	11,439	12,611	13,125
			% quota	17.4	21.0	23.1	23.1
	Bianco	2	Litri	788	874	813	971
			% quota	16	17.2	16.5	16.5
USA	Rosso	3	Litri	6,195	7,010	8,148	7,684
			% quota	13.9	12.9	14.9	14.9
	Bianco	6	Litri	345	388	343	286
			% quota	7	7.6	7.0	7.0
Cile	Rosso	4	Litri	6,195	5,743	5,349	5001
			% quota	13.9	10.6	9.8	10.3
	Bianco	5	Litri	513	538	481	413
			% quota	10.4	10.6	9.8	8.2
Spagna	Rosso	5	Litri	3,058	4,415	3,523	3,289
			% quota	6.8	8.1	6.5	6.8
	Bianco	9	Litri	256	251	240	239
			% quota	5.2	4.9	4.9	4.5
Italia	Rosso	6	Litri	1,980	2,291	1,811	2,210
			% quota	4.4	4.2	3.3	3.3
	Bianco	3	Litri	573	657	742	764
			% quota	11.6	12.9	15.1	15.1

Fonte: Hong Kong Trade Statistics, Census & Statistics Dept., HKSAR July, 2018 - *Quantità: migliaia di contenitori inferiori*

Tavola 7

**IMPORTAZIONI A HONG KONG DI BEVANDE ALCOLICHE (IN VALORE)**

In evidenza nella 1<sup>a</sup> colonna la posizione in classifica dell'Italia in ciascuna categoria di bevanda alcolica

Posizione dell'Italia (dati 2017)	HS	Prodotti	2014	% Quota	% Var.	2015	% Quota	% Var.	2016	% Quota	% Var.	2017	% Quota	% Var.
5	22042191	Vino rosso (migliaia)	28,626	3	13	26,278	2.1	-8.2	22,999	1.6	-12.5	30,049	2.1	30.7
13	22082000	Superalcolici ottenuti dalla distillazione di vino d'uva/vinaccia	20	*	-69.3	13	*	-36	35	*	167.9	31	*	-10.7
9	22030010	Birra e Ale (migliaia)	967	0.8	57.6	633	0.5	34.5	1,725	1.4	172.6	1,999	1.7	15.9
2	22042192	Vino bianco (migliaia)	3,806	9	3.8	3,325	6.8	-12.6	9,180	16.5	176.1	10,903	17.7	18.8
3	22085000	Gin e acquavite di ginepro	6	0.4	876	*	*	-99.6	3	0.1	..	111	4.4	..
2	22041090	Vino frizzante di uve fresche (escluso champagne)	1,956	26.5	-3.0	1,857	27.1	-5.1	1,776	26.8	-4.4	2,196	28.8	23.7
7	22084000	Rum e altri superalcolici ottenuti da distillazione di prodotti di fermentazione della canna da zucchero (migliaia)	22	1.5	225.4	24	1.9	10.6	3	0.3	-86.2	83	6.8	..
1	22051010	Vermouth (migliaia)	98	75.4	8	85	91.4	-13.4	72	65.5	-14.7	68	67.5	-5.3

(\* insignificante) (..Over 1000% increase) Fonte: Hong Kong Trade Statistics, Census & Statistics Dept., HKSAR July, 2018 – Valore: migliaia di Dollari USA

**Tavola 8**
**IMPORTAZIONI A HONG KONG DI BEVANDE ALCOLICHE (IN VOLUME)**

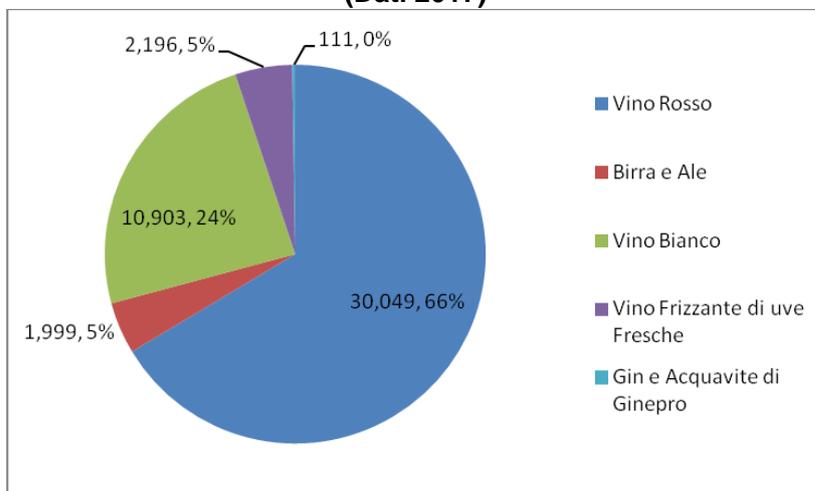
Posizione dell'Italia (su base dati 2017)	HS	Prodotti	2014	% Quota	% Var.	2015	% Quota	% Var.	2016	% Quota	% Var.	2017	% Quota	% Var.
15	22030010	Birra e Ale (migliaia di lt.)	491	0.3	49.7	472	0.3	-3.9	945	0.6	100.3	941	0.6	-0.4
6	22042191	Vino rosso (migliaia di contenitori inferiori a 2 lt.)	1,980	4.4	-8.1	2,291	4.2	15.7	1,811	3.3	-21.0	2201	4.2	21.6
13	22082000	Superalcolici ottenuti dalla distillazione di vino d'uva/vinaccia (migliaia di lt.)	*	*	-96.2	1	*	141.4	4	0.1	224.7	3	*	-26.4
3	22042192	Vino bianco (migliaia di contenitori inferiori a 2 lt.)	573	11.6	1.7	657	12.9	14.5	742	15.1	13	764	15.7	2.9
3	22085000	Gin e acquavite di ginepro (migliaia di lt)	3	0.8	..	*	*	-100	*	0.1	..	29	5.8	..
16	22084000	Rum e altri superalcolici ottenuti da distillazione di prodotti di fermentazione della canna da zucchero (migliaia di lt.)	5	1.8	..	4	1.4	-29.1	*	0.1	-89.9	2	0.8	393.4
1	22041090	Vino frizzante di uve fresche (escluso champagne) (migliaia di lt)	304	27	-2	349	30	14.7	328	36.7	-6.1	351	34.5	7
1	22051010	Vermouth (migliaia di contenitori inferiori a 2 lt.)	25	80.9	0.4	21	93.6	-16.0	14	62.8	-35.4	20	75.5	49.5

(\* Insignificante) (..Over 1000% increase)

Fonte: Hong Kong Trade Statistics, Census &amp; Statistics Dept., HKSAR July, 2018

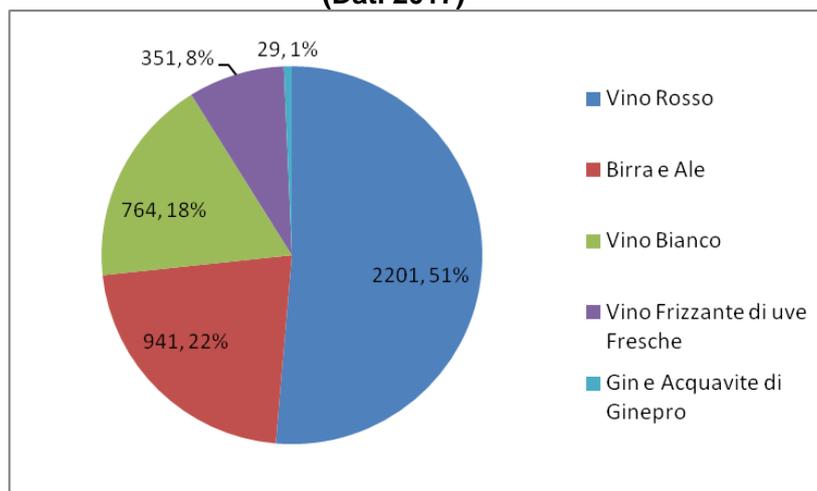
I grafici 1 e 2 mostrano che nel 2017 l'export italiano è stato caratterizzato da una netta prevalenza di vino rosso sia in valore che in volume, seguito dal vino bianco e, con quote progressivamente decrescenti, da vino frizzante di uve fresche, birra e Ale, Gin e acquavite di ginepro e Vermouth.

**Grafico 1: Importazione a Hong Kong di bevande alcoliche dall'Italia in valore (Dati 2017)**



Fonte: Hong Kong Trade Statistics, Census & Statistics Dept., HKSAR July, 2018 ; Grafico: (valore, percentuale)

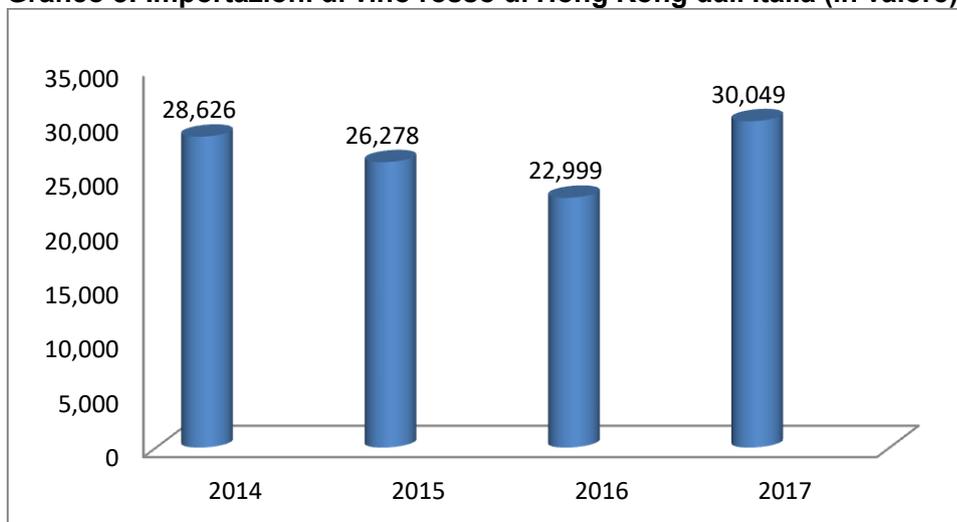
**Grafico 2: Importazione a Hong Kong di bevande alcoliche dall'Italia in volume (Dati 2017)**



Fonte: Hong Kong Trade Statistics, Census & Statistics Dept., HKSAR July, 2018 ; Grafico: (volume, percentuale)

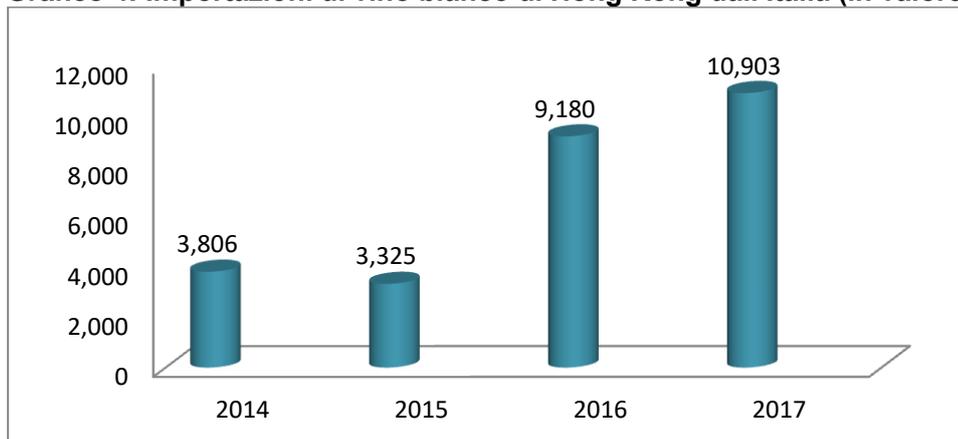
Nel 2017, l'Italia risulta essere al 5<sup>o</sup> posto tra i Paesi fornitori di vino, registrando un aumento delle esportazioni dell'26,4% rispetto al 2016

**Grafico 3: Importazioni di vino rosso di Hong Kong dall'Italia (in valore)**



Fonte: Hong Kong Trade Statistics, Census & Statistics Dept., HKSAR July, 2018 Valore: migliaia di dollari USA

**Grafico 4: Importazioni di vino bianco di Hong Kong dall'Italia (in valore)**



Fonte: Hong Kong Trade Statistics, Census & Statistics Dept., HKSAR July, 2018 – Valore: migliaia di dollari USA

**Tavola 9 STORICO DAL 2008**

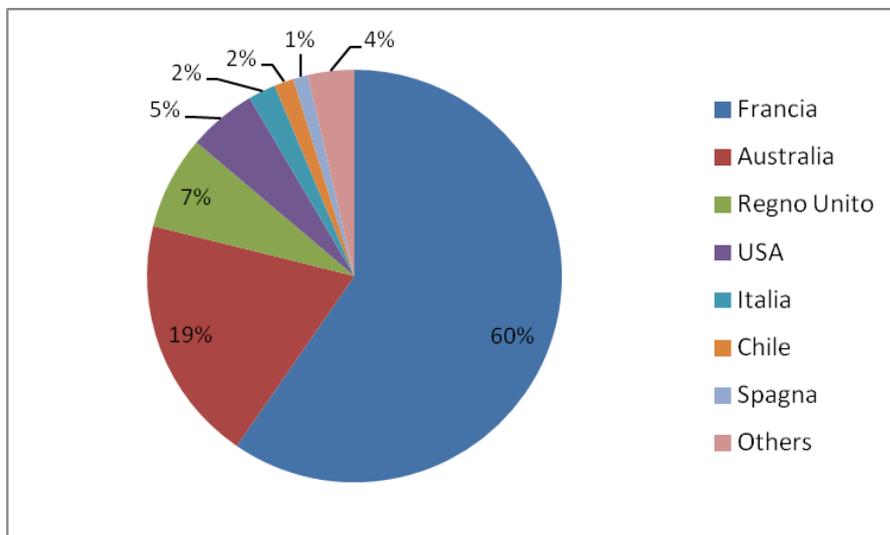
**IMPORTAZIONE A HONG KONG DI VINO ROSSO E BIANCO DALL'ITALIA (HS 22042191, 22042192)**

Anno	Vino rosso					Vino bianco				
	Mondo	Var.%	Italia	Var. %	Quota %	Mondo	Var. %	Italia	Var.%	Quota%
					(Italia/Mondo)					(Italia/Mondo)
2008	315,237	88.7	8,649	54.5	2.7	24,227	42	1,815	6.1	7.5
2009	460,517	46.1	11,100	28.3	2.4	25,188	4	1,960	8	7.8
2010	822,401	78.6	16,687	50.3	2.0	29,037	15.3	2,355	20.2	8.1
2011	1,162,331	41.3	23,590	41.4	2.0	36,383	25.3	2,929	24.4	8.1
2012	923,685	-20.5	27,600	17	3	45,901	26.2	3,242	10.7	7.1
2013	914,211	-1.0	25,338	-8.2	2.8	43,118	-6.1	3,668	13.1	8.5
2014	969,743	6.1	28,626	13	3	42,177	-2.2	3,806	3.8	9.0
2015	1,259,001	29.8	26,278	2.1	2.1	48,763	15.6	3,325	-12.6	6.8
2016	1,413,848	12.3	22,999	1.6	1.6	55,705	14.2	9,180	176.1	16.5
<b>2017</b>	<b>1,401,128</b>	<b>-0.9</b>	<b>30,049</b>	<b>30.7</b>	<b>2.1</b>	<b>61,512</b>	<b>10.4</b>	<b>10,903</b>	<b>18.8</b>	<b>17.7</b>

Fonte: Hong Kong Trade Statistics, Census & Statistics Dept., HKSAR July, 2018- Valore: migliaia di dollari USA

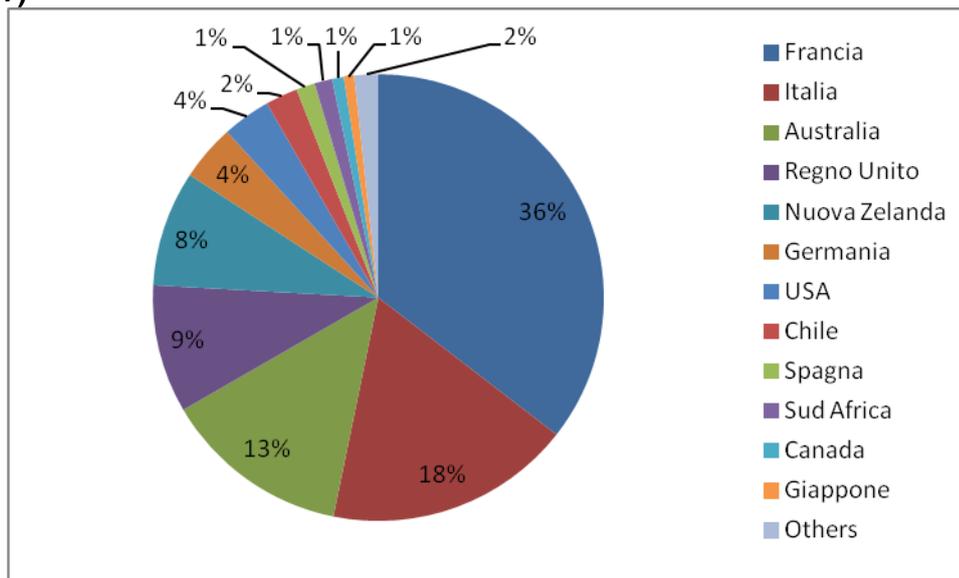
Nel 2017 le esportazioni italiane sono aumentate dell'30,7% per quanto riguarda il vino rosso e del 18,8% per il vino bianco, incremento che ha permesso all'Italia di posizionarsi quale secondo paese fornitore di tale bevanda in Hong Kong. La quota di mercato per il rosso e' dell'2,1% mentre il vino bianco ha allargato la sua quota di mercato dal 16,5% del 2016 al 17,7% del 2017.

**Grafico 5: Quote mercato vino rosso (HS 22042191) dei maggiori fornitori di Hong Kong (Dati 2017)**



Fonte: Hong Kong Trade Statistics, Census & Statistics Dept., HKSAR July, 2018

**Grafico 6: Quote mercato vino bianco (HS 22042192) dei maggiori fornitori di Hong Kong (Dati 2017)**



Fonte: Hong Kong Trade Statistics, Census & Statistics Dept., HKSAR July, 2018