

INDAGINE DI MERCATO IMPORT AGROALIMENTARE E VITIVINICOLO IN COREA DEL SUD

PREMESSA

L'indagine e' stata condotta nel mese di dicembre 2015. Ha coinvolto esclusivamente importatori coreani selezionati tra quelli che importano e distribuiscono prodotti italiani oppure italiani e di altri paesi.

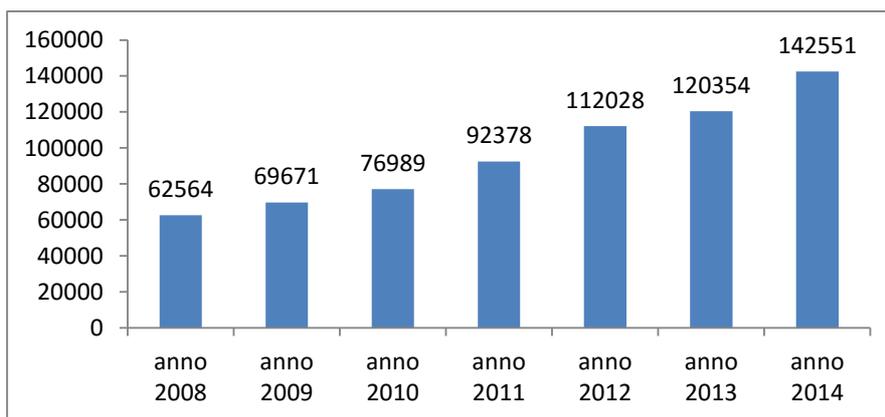
Due sono state le modalita' seguite. L'invio a pioggia di un questionario al data base predisposto da questa Camera al fine di condurre l'indagine e incontri con gruppi di importatori tra quelli ritenuti piu' qualificati, selezionati principalmente sulla base del volume d'affari e dei feed-back registrati in occasione dei numerosi eventi di settore che ogni anno vengono organizzati dalla Camera.

Attraverso i questionari inviati e gli incontri intercorsi, e' stato ottenuto riscontro dal 30% degli operatori coinvolti e si ritiene che si tratti di un campione significativo, visto il numero complessivo di importatori inclusi nel data base, che ammonta tra l'agroalimentare e il vitivinicolo a 300 soggetti.

ANDAMENTO DELL'IMPORT

SETTORE AGROALIMENTARE

Secondo i dati annuali piu' recenti, l'import dall'Italia di prodotti agroalimentari e' in continua crescita dal 2008 (valori in migliaia di euro).

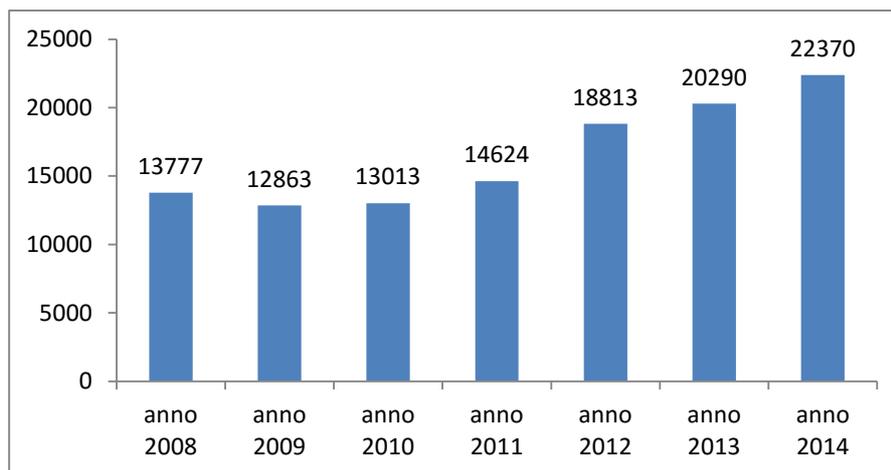


Fonte: Agenzia ICE

Anche nei primi dieci mesi del 2015 si e' registrata una crescita dello 0,7% rispetto allo stesso periodo del 2014 (valore da gennaio ad ottobre 2015 dell'import agroalimentare italiano in Corea di 117,7 milioni di euro, contro i 116,9 nello stesso periodo dell'anno precedente).

SETTORE VITIVINICOLO

Secondo i dati annuali piu' recenti, l'import dall'Italia di vini e' in continua crescita dal 2009 (valori in migliaia di euro).



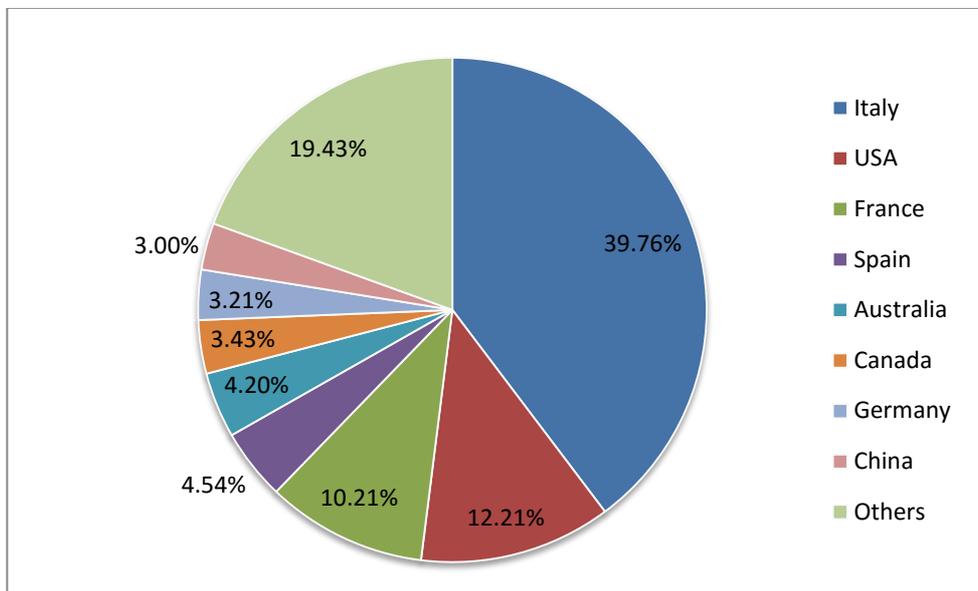
Fonte: Agenzia ICE

Per quanto riguarda il 2015, il valore delle importazioni di vini dall'Italia nei primi dieci mesi dell'anno e' stato di 18,4 milioni di euro, +1,42% rispetto allo stesso periodo 2014.

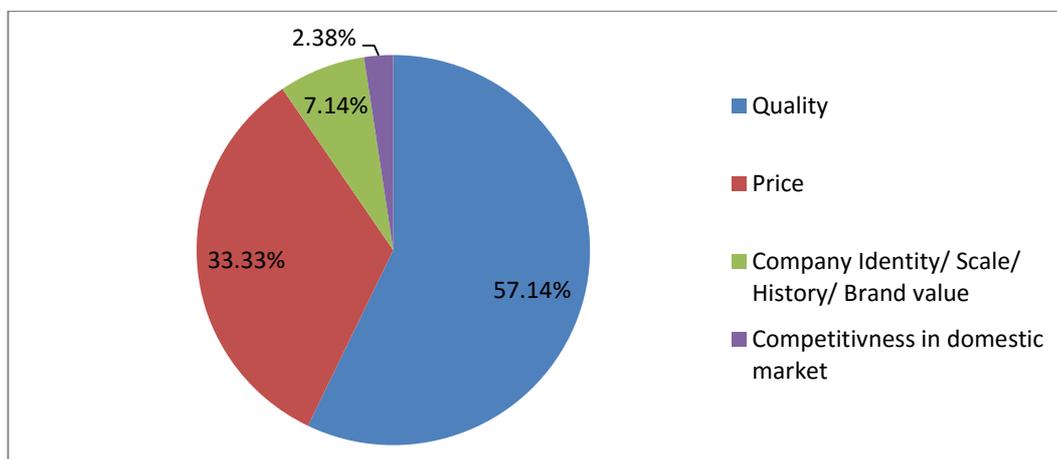
AGROALIMENTARE

L'import coreano dei prodotti dell'agroalimentare italiano e' trainato da molti fattori. In primo luogo la crescita esponenziale del numero di ristoranti italiani, che supera ormai le 800 unita'. Senza dimenticare la continua proliferazione, seppure in anni recenti, di wine bars, coffee shops e chioschi. L'import crescente trova anche una motivazione su base psicologica, ovvero la sempre maggiore diffusione del fenomeno del "wellbeing" (lo star bene), al quale ben si sposa l'ottima e riconosciuta qualita' dei prodotti del nostro paese. Infine, il crescente interesse della popolazione locale per i prodotti organici e naturali.

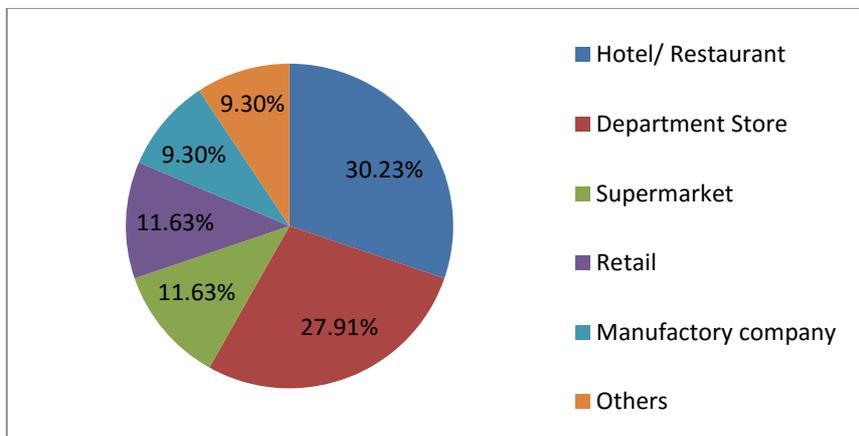
All'interno del campione di importatori coinvolti nella indagine, e' emerso come l'Italia sia il principale paese esportatore (39,76%), seguito da Stati Uniti (12,21%), peraltro molto a distanza, Francia (10,21%), Spagna (4,54%) ecc.



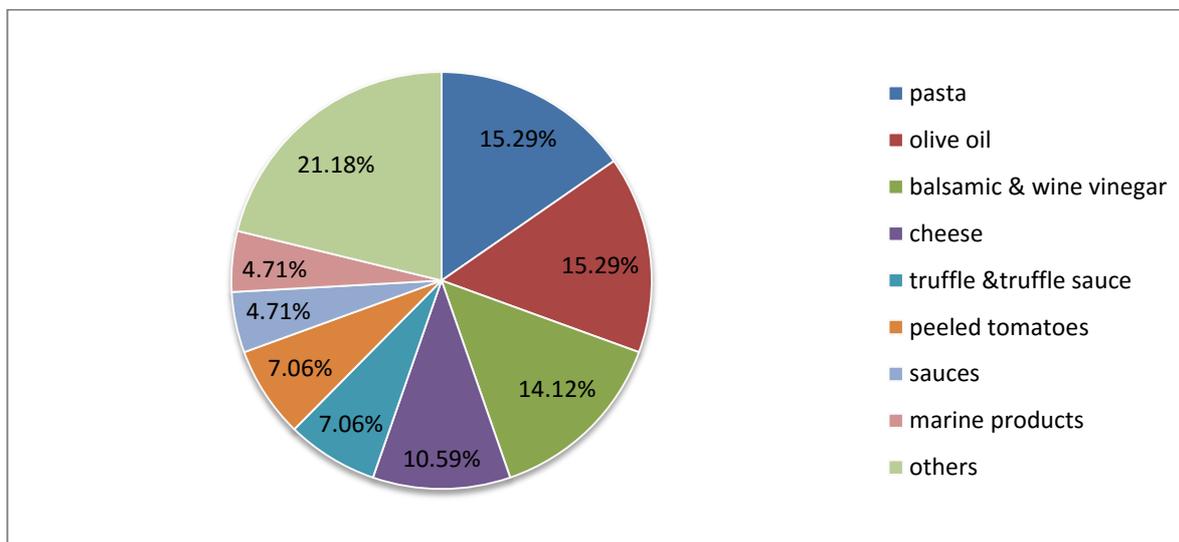
Dal punto di vista del fattore di scelta riguardante la decisione di importare, il principale e' risultato essere di gran lunga la qualita', seguito da prezzo, caratteristiche dell'impresa produttrice e competitivita' nel mercato domestico.



Per quanto attiene ai canali distributivi, i principali emersi sono stati la ristorazione (30,23%), seguita immediatamente dai Department Store (27,91%), supermercati, negozi al dettaglio, imprese manifatturiere e altri (tra cui: catene di caffetterie, bar e discoteche, rivenditori specializzati in cibi organici e e-commerce).



I principali prodotti attualmente importati dall'Italia, sono quelli della cucina tradizionale del nostro paese. Pasta, olio d'oliva, aceti balsamici e di vino, formaggi, tartufi e salse al tartufo, pomodori pelati, salse varie, pesce (calamari, trote in particolare) e altri (prosciutto, bottarga, pasta di pistacchio, gelato e suoi ingredienti ecc.).

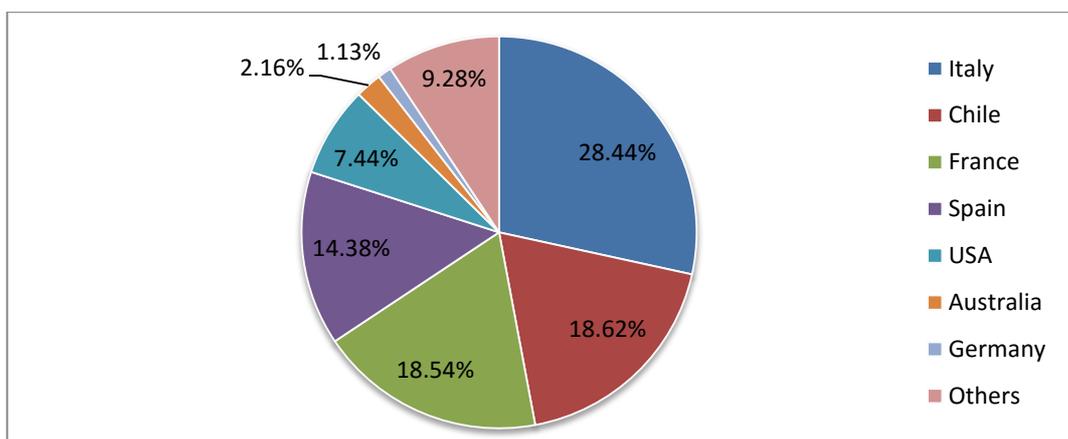


Guardando al futuro, le tendenze per il 2016 sembrano confermare l'interesse per i prodotti classici come salse di pomodoro, formaggi, pasta, aceto, mozzarella; a questi si affiancano però anche pistacchio e prodotti derivati, dolci e snack e, in particolare, il gelato, i suoi ingredienti e i macchinari per prepararlo. Attenzione puntata anche su prodotti e bevande organici, nonché su nuovi prodotti.

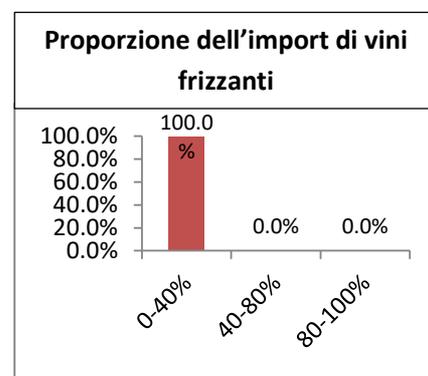
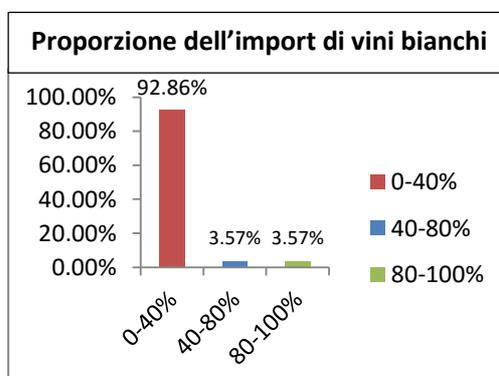
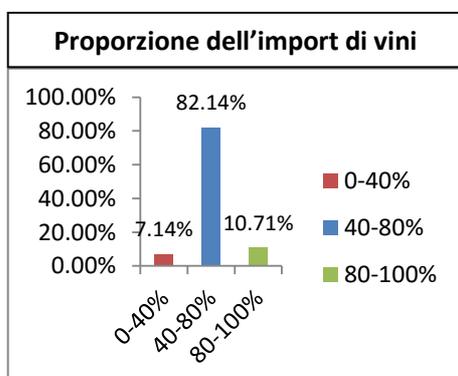
Il target di consumatori destinatari dei prodotti agroalimentari importati dall'Italia rimane, come in passato, medio-alto e alto; molto importante quindi proporre prodotti di alta' qualita' e di nicchia, visto l'interesse dimostrato dagli importatori a introdurre nuovi prodotti ancora sconosciuti al mercato coreano, purché di alta qualita' e con packaging accattivante.

VITIVINICOLO

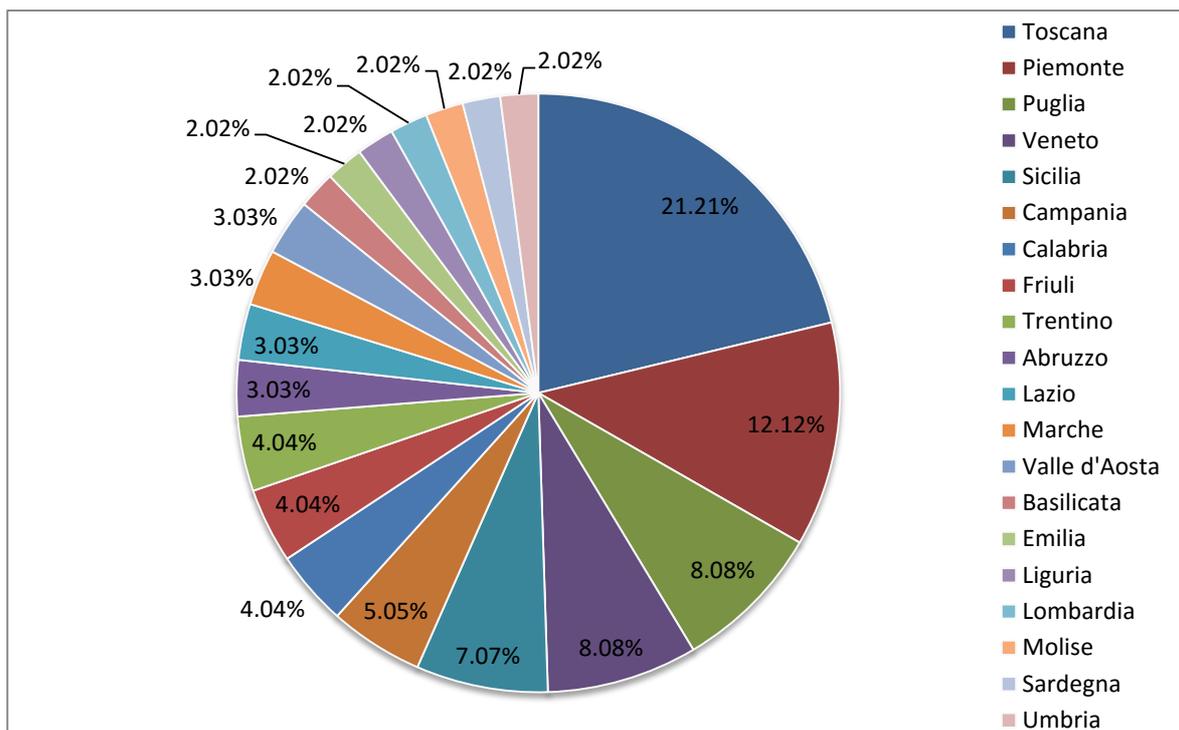
Seppure in termini assoluti l'Italia si collochi al terzo posto come paese esportatore di vini verso la Corea del Sud, dal campione coinvolto nell'indagine risulta che l'Italia si posiziona al primo posto quanto agli attuali volumi di import (28,44%), seguita da Cile (18,62%), Francia(18,54%) e Spagna (14,38%).



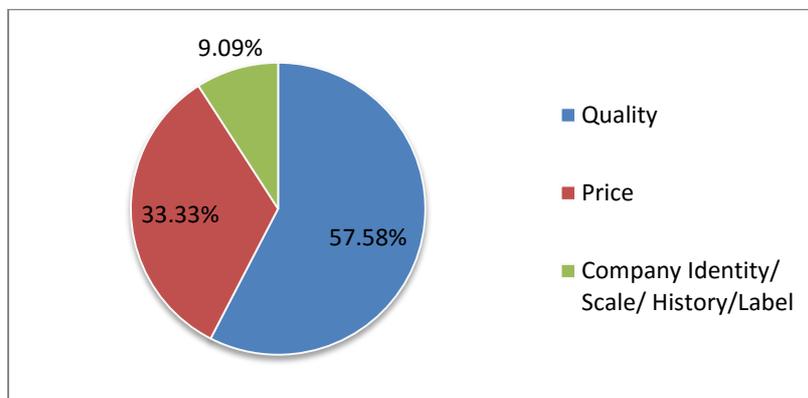
Per quanto attiene alle tipologie di vini importati, ovvero rossi, bianchi e frizzanti, e' emerso come la maggioranza degli importatori si orienti verso quelli rossi, tra il 40 e l'80% dei volumi, mentre importi tra lo 0 e il 40% di vino bianco e frizzante, sui volumi totali importati.



Per quanto riguarda l'Italia, e' stato richiesto agli importatori di indicare l'attuale import in base alle regioni di provenienza dei vini. Ne e' emerso come la Toscana risulti in testa alla classifica (21,21% delle preferenze), seguita da Piemonte (12,12%), Puglia e Veneto a pari merito (8,08%), Sicilia (7,07%), ecc.



Per quanto riguarda i fattori che condizionano le scelte di importazione, tre sono risultati determinanti: la qualita', predominante in assoluto, il prezzo e le caratteristiche dell'impresa produttrice (immagine, identita', storia, dimensioni).



Dal punto di vista dei canali distributivi, i riscontri ottenuti sono stati piuttosto omogenei, con grande prevalenza della ristorazione, department store e, in alcuni casi, supermercati.

L'indagine condotta ha anche riguardato le tendenze degli importatori riferite a quest'anno per quanto concerne l'interesse a consolidare l'import da determinate aree e di determinati prodotti da una parte, dall'altra di segnalare interesse per nuove aree e nuove tipologie di prodotti.

Dai riscontri ottenuti si evince che entrambe le opzioni suscitano l'interesse degli importatori. Infatti molti hanno manifestato l'intento di consolidare la loro posizione sul mercato continuando l'import da regioni già da loro sperimentate, in primis Toscana, ampliando la gamma di Chianti e Brunello di Montalcino in particolare e da Piemonte, ampliando quella del Barolo, in particolare. In maniera quasi univoca, comunque, si è rivelata da parte degli importatori la volontà di rivolgere il loro interesse, ove non già oggetto del loro business, verso i vini bianchi, frizzanti (spumanti, moscati e proseccchi), vini rose' e vini di regioni e aree ancora poco note in questo paese.

Va anche segnalato che il mercato di vini spumanti importati in Corea del Sud è più che raddoppiato in quattro anni, dal 2010 al 2014, passando da 10,4 milioni di dollari nel 2010 a 24,8 milioni di dollari nel 2014 e il trend di crescita continuo non si è fermato nemmeno al manifestarsi della crisi del 2008. L'Italia rappresenta nel caso di questa tipologia di vini, il secondo paese esportatore in Corea (quota di mercato 2014 del 24,4%), dopo la Francia.

Stesso discorso vale per i Vermut, con un mercato di importazione del valore di 2,6 milioni di dollari nel 2014 (+159,7% rispetto all'anno precedente), in cui l'Italia si colloca ancora una volta al secondo posto (quota di mercato del 32,9%), seguendo questa volta gli Stati Uniti.