

REPORT

SINTESI DEL MERCATO – SETTORE VINICOLO



L'importanza di Singapore a livello internazionale e' in costante crescita. La citta' è infatti riconosciuta globalmente come centro economico-finanziario, scientifico, logistico, culturale, turistico e del lifestyle del Sud Est Asiatico. La presenza internazionale e' incrementata velocemente accentuando il carattere cosmopolita della città. Ciò ha agevolato un'evoluzione nelle preferenze enogastronomiche dei singaporiani, che dimostrano una crescente inclinazione verso qualità e gusti raffinati. In dieci anni, dal 1998 al 2008 il consumo di vino è infatti raddoppiato raggiungendo una media annuale procapite di 2,1 litri.

I vini italiani stanno riscuotendo consensi sempre maggiori, anche se i consumatori non hanno ancora una sufficiente familiarità con le nostre etichette. Il vino italiano si trova principalmente nei ristoranti italiani e nel 10% dei ristoranti non italiani, nei negozi pecializzati e nei supermercati.

Le tre maggiori categorie di consumatori di vino sono composte da famiglie a reddito medio-alto e single locali, stranieri espatriati e visitatori – negli ultimi tre anni a Singapore si sono registrati annualmente più di 10 milioni di visitatori sia per ragioni di lavoro che per turismo. Si sta comunque affermando anche una quarta tipologia costituita da giovani consumatori che prediligono vini giovani e dal prezzo più contenuto. Questi ultimi si avvicinano al vino al momento dell'ingresso nel mondo del lavoro durante occasioni di ritrovo sociali e professionali.

DATI e PERCENTUALI

Il vino rosso fermo ha registrato tra il 2008 ed il 2012 un'increscita nelle vendite pari al 10.5 %.

Il vino frizzante, che è meno consumato in Singapore rispetto al precedente, tra gli anni 2009 e 2012 ha avuto una crescita dal 9.27 % all'11.92% con un picco del 22.37% registratosi nel 2010.

La tabella sottostante presenta un riassunto per l'anno 2012 della quantità di vino importata e il trend di crescita del consumo di vino.

| Tipo di vino | % totale | % escluso il consumo di birra | Volume di importazione 2012 |
|----------------|----------|-------------------------------|-----------------------------|
| Vino fermo | 7.9 % | 44 % | 8.933.631 Litri |
| Vino frizzante | 1.1 % | 6.4 % | 1.046.493 Litri |
| Totale | 9 % | 50.4 % | 9.980.124 Litri |

Sulla base dei dati storici e' possibile costruire una previsione di vendita che interessa l'anno in corso e si protrae fino al 2016. L'ipotetico risultato mostra un incremento dei litri acquistati.

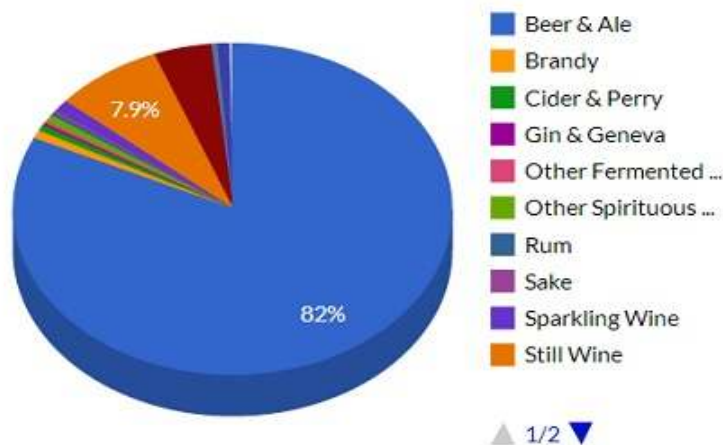
| | 2014 | 2015 | 2016 |
|----------------|------------|------------|------------|
| Vino frizzante | 1.015.300 | 1.061.400 | 1.102.300 |
| Vino fermo | 9.634.500 | 9.992.200 | 10.314.300 |
| Totale | 11.008.900 | 11.428.700 | 11.810.300 |

Distinguendo tra vino rosso e bianco, il primo e' consumato in maggiore quantita', esattamente con una percentuale del 64.3%.

A Singapore la bevanda alcolica maggiormente consumata non e' il vino.

Dall'analisi di mercato sulla consumazione del vino a Singapore nell'anno 2013 secondo Wai Xin, CSW, FWS, ICE, VixExpo Asia Pacific, sono risultate le seguenti percentuali:

Duty paid alcohol released into Singapore market in December 2013



- 82% consuma Beer & Ale (10.244.812 litri)
- 7.9% consuma vino fermo (992.080 litri)
- 4.2% consuma Stout & Porter (530.789 litri)
- 1.1% consuma Vino frizzante (143.237 litri)
- Seguono Vodka, Sake, Whisky, Brandy, Gin e altri alcolici vari con una percentuale inferiore all'1%

I tre maggiori fornitori di vino per la città' di Singapore sono Australia, Francia e Cile. Tra il 2008 e il 2012 il segmento di mercato occupato da questi tre stati e' cresciuto continuamente del 14.49%, 7.1% e 33.3% rispettivamente. L'italia si classifica al quinto posto.

Con un'eccellente tutela della proprietà intellettuale, ottima logistica, buone infrastrutture, una rete di Free Trade Agreements, un ambiente fiscale favorevole e una popolazione in costante crescita, Singapore si propone come meta ideale per operare nei mercati della regione circostante.