

Giovedì 23 Dicembre 2021
Notizie mercati esteri [1]

Vietnam - Le aziende di beni di largo consumo si stanno risollevando rapidamente in seguito al COVID-19

Le aziende di beni di largo consumo si stanno rapidamente riprendendo per soddisfare la domanda repressa dei clienti; l'aumento della domanda è conseguenza di un appetito crescente e di una popolazione sempre più benestante.

Subito dopo l'allentamento delle misure di distanziamento sociale, il gruppo KIDO ha annunciato i suoi nuovi piani rivolti a diverse categorie di prodotti ad alto consumo. Il gruppo, attraverso la sua joint venturecon Vinamilk, ha lanciato ufficialmente in Vietnam latte fresco a base di mais e fagiolini. Il gruppo è anche tornato sul mercato dolciario sei anni dopo aver venduto la sua attività di snack a Mondelez International. Ha inoltre introdotto sul mercato prodotti da forno freschi con il marchio Bakery di KIDO. Questi nuovi prodotti sono dislocati attraverso il sistema di distribuzione del gruppo e si possono trovare anche presso i nuovi negozi di caffè e milk tea Chuk Chuk. Da settembre, la catena Chuk Chuk ha iniziato a vendere bevande, milk tea e dolci online. KIDO ora prevede di aprire 10 negozi firmati Chuk Chuk con l'obiettivo di raggiungere almeno 100 punti vendita a Ho Chi Minh City entro dicembre.

KIDO ha anche aumentato la produzione di olio da cucina del 30% rispetto allo scorso anno, in vista del prossimo Capodanno lunare. Il gruppo ha anche presentato nuovi gelati.

KIDO non è la sola azienda nel segmento di beni di largo consumo a mostrare ottimismo in seguito alla pandemia.

Anche Cetin Murat, direttore generale della società turca di beni di consumo Hayat Vietnam, è positivo circa le prospettive del mercato nei prossimi mesi. "*Sebbene rimangano alcune restrizioni, speriamo che la campagna vaccinale riduca l'impatto negativo del Covid-19 sulle imprese*", ha affermato.

Al momento, Hayat Vietnam ha investito circa 100 milioni di dollari e le sue aziende in Vietnam danno lavoro a più di 500 persone. La società continua ad espandersi, con l'obiettivo di investire 250 milioni di dollari.

Inoltre, l'azienda ha annunciato il lancio del suo marchio leader di pannolini "Molfix" in Vietnam. La decisione è stata presa in quanto ci si aspetta che il 90% della crescita della popolazione mondiale nei prossimi 50 anni sarà in Asia e si stima che il mercato dei pannolini per bambini tra il 2021 e il 2027 in Vietnam avrà un aumento a due

cifre.

"*Molfix è il quinto marchio di pannolini più grande al mondo e Hayat è l'azienda in più rapida crescita in questa categoria. Lanciando Molfix in Vietnam, puntiamo in alto e speriamo di raggiungere il 30% di quota di mercato entro il 2025, un obiettivo importante per un marchio completamente realizzato in Vietnam. Tuttavia, l'obiettivo si basa sul nostro record di successi ottenuti in altri mercati*", ha aggiunto Murat.

Hayat possiede già alcuni marchi nei mercati di prodotti di largo consumo del Vietnam, come Papia, Familia e Bingo. L'azienda turca prevede di espandersi ulteriormente.

Nel frattempo, Sakuko Store, una catena di supermercati giapponese, ha annunciato di voler aumentare da 33 a 60 i suoi negozi entro il 2025. L'azienda opera in sette segmenti di prodotti ad ampio consumo, tra cui produzione di beni rivolti a madri e bambini, cosmetici, cibo, assistenza sanitaria, moda e cancelleria.

Il CEO di Sakuko Cao Thi Dung, ha notato che cibo e assistenza sanitaria sono i segmenti dell'azienda in più rapida crescita, e questo riflette la crescente consapevolezza della salute e del benessere dei consumatori vietnamiti. Pertanto, l'azienda prevede di diversificare il proprio portafoglio di prodotti nel segmento del cibo. Nel frattempo, l'impresa aumenta i suoi articoli nel settore sanitario, rivolgendosi a diversi gruppi di clienti.

Dung ha notato che le abitudini di consumo dei clienti sono cambiate in modo significativo dopo il lungo periodo di distanziamento sociale. I clienti hanno ridotto la spesa per attività familiari e articoli di lusso, aumentando al contempo gli acquisti di beni di prima necessità come alimenti freschi e beni di consumo confezionati.

Inoltre, le abitudini di acquisto dei consumatori si sono spostate dai canali di vendita tradizionali a quelli più moderni come supermercati, ipermercati, mini-supermercati ed e-commerce.

"*Questi cambiamenti hanno avuto un impatto significativo sul mercato dei beni ad ampio consumo e hanno creato l'opportunità per le aziende di cambiare la struttura delle merci, espandere la propria clientela di base e completare le fasi di assistenza ai clienti per creare un coinvolgimento diretto*", ha affermato Dung.

A ottobre, Nestlé Vietnam ha investito 132 milioni di dollari per raddoppiare la sua capacità di lavorazione delle linee di caffè di alta qualità presso lo stabilimento Nestlé a Tri An, nella provincia di Dong Nai.

L'investimento fa parte dell'obiettivo di Nestlé di trasformare il Vietnam in un centro di produzione di cibi e bevande confezionati grazie alla forza lavoro qualificata del paese e alla sua grande etica del lavoro.

Secondo la società di ricerche di mercato Statista, l'industria dei beni di consumo in Vietnam è cresciuta rapidamente negli ultimi anni. Grazie al rapido sviluppo economico del paese, le persone hanno più reddito disponibile e un migliore tenore di vita con un conseguente aumento dell'acquisto di prodotti ad alto consumo.

L'urbanizzazione è stato un altro fattore trainante della crescita a due cifre del mercato di beni. Nel 2020, la crescita annua delle vendite al dettaglio di prodotti ad ampio consumo nel paese ha raggiunto il 6,8% e si prevedeva che fosse almeno del 9% nel 2021.

Fonte: https://bit.ly/3ebU57s [2]

(Contenuto editoriale a cura della Italian Chamber of Commerce in Vietnam (ICHAM) [3])
Ultima modifica: Giovedì 23 Dicembre 2021

Condividi

Reti Sociali

ARGOMENTI

Economia [4]

Source URL: https://www.assocamerestero.com/notizie/vietnam-aziende-beni-largo-consumo-si-stanno-risollevando-rapidamente-seguito-al-covid-19

Collegamenti
[1] https://www.assocamerestero.com/notizie/%3Ffield_notizia_categoria_tid%3D1122
[2] https://bit.ly/3ebU57s
[3] https://www.assocamerestero.com/ccie/italian-chamber-of-commerce-vietnam-icham
[4] https://www.assocamerestero.com/ricerca-per-argomenti/%3Ftid%3D568