Santerno: modalità operative per entrare nel mercato cinese

scritto da Emanuele Fiorio | 28 Gennaio 2022



La Cina rappresenta il sesto mercato mondiale del vino ed è caratterizzato da una serie di peculiarità che lo rendono **molto appetibile per le sue enormi potenzialità di sviluppo ma allo stesso tempo scivoloso** e denso di sfide per le aziende poco strutturate.
Affrontarlo come qualsiasi altro mercato occidentale, senza studiarne approfonditamente le peculiarità e senza avere una notevole solidità in termini di logistica, comunicazione, promozione e rete commerciale, è un errore che può risultare molto dannoso.

In Cina i vini australiani stanno affrontando dazi che vanno dal 117% al 218,4% e nei primi sette mesi dello scorso anno,

hanno subito un calo dell'88,6% sul mercato cinese.

Si è venuto a creare uno **spazio di mercato inedito** ed in questo vuoto si sono inseriti, in particolare, aziende vinicole francesi e cilene. Il Paese sudamericano probabilmente si imporrà come il secondo fornitore di vino della Cina entro il 2025, dopo la Francia.
Il vino cileno, ed in particolare quello di alta gamma, sta registrando una impressionante ascesa in Cina, +7% rispetto al mercato pre-Covid del 2019 e +13% rispetto al 2015. Il tutto in un contesto cui il mercato import di vino nel 2021 ha continuato a decelerare, un processo che aveva già investito il 2020.

Si tratta di una **opportunità storica per entrare in questo mercato**, una congiuntura unica che probabilmente non si ripeterà in futuro.
Le politiche di dazi cinesi attuali hanno portato ad un crollo delle importazioni australiane ma ci vorrà del tempo per riempire questa quota di mercato, lasciato *obtorto collo* ai competitors.

Questo tempo è vitale per inserirsi nel mercato cinese ed **avere l'occasione di sfruttare appieno il frangente** che ha permesso a francesi e cileni di erodere ampie quote di mercato al vino australiano.

Santerno Group si inserisce in questo contesto favorevole, forte di una esperienza consolidata in **vent'anni di attività su questo immenso ed eterogeneo mercato**, proponendosi come un referente in grado di fornire strutture logistiche sul territorio, reti operative e commerciali di vendita, strumenti e contenuti di promozione e comunicazione definiti e rivolti specificatamente ad un pubblico di consumatori cinesi.

Queste premesse si traducono in fasi di sviluppo ben identificate che presuppongono precise modalità operative:

1 – Creazione di uno stock di bottiglie in Cina, attraverso:

- **Spedizione**
  Santerno Group gestisce e segue tutte le fasi di spedizione dei prodotti: dall'azienda in Italia fino al magazzino in Cina e dal magazzino cinese ai clienti presenti su tutto il territorio cinese.
- **Stoccaggio**
  Lo stoccaggio avverrà presso il magazzino di Santerno Group a Zhuhai, nella regione del Guangdong, all'interno di una Free-Trade Zone. Questo permetterà all'azienda di continuare ad avere il pieno controllo dei suoi vini.
- **Sdoganamento**
  Santerno Group segue tutte le procedure di sdoganamento e le relazioni con gli organi doganali, evitandoti lungaggini burocratiche ed una difficile gestione delle comunicazioni con le autorità cinesi.
- **Fatturazione**
  Santerno Group si occupa di tutte le pratiche di fatturazione a seguito della vendita dei prodotti dell'azienda cliente, assicurando piena trasparenza ed una precisa amministrazione.
- **Report**
  Ogni mese sarà redatto ed inviato all'azienda cliente un report delle movimentazioni di magazzino che sono state eseguite e dello stock rimanente in giacenza.

2 – Sviluppo della comunicazione

- **Social media**
  La Cina conta oltre 1,4 miliardi di persone, dei quali oltre 730 milioni hanno almeno un account attivo sui social, che usano principalmente dallo smartphone mediamente per circa 3 ore al giorno. Santerno Group, in collaborazione con l'azienda vinicola, segue la comunicazione e lo sviluppo del brand tramite i maggiori social network cinesi, in particolare Tik Tok, We Chat, Little Red Book.
- **Fiere**

Santerno Group guida l'azienda nella scelta degli eventi fieristici più efficaci e mette a disposizione il proprio staff di professionisti per organizzare tutti i dettagli, affiancando l'azienda per tutta la durata della fiera ed offrendole tutti i servizi necessari per un business produttivo.

- **Roadshow**
  Santerno Group aiuta le aziende a scegliere le location più adatte per promuovere i vini in contesti professionali, dando tutto il supporto organizzativo necessario e creando rapporti con buyer affidabili e stabili nel tempo.
- **Eventi Personalizzati**
  In location di pregio Santerno Group organizza tasting ed eventi personalizzati propedeutici a creare e consolidare la rete commerciale.

È importante che l'azienda cliente fornisca foto, immagini, video, cataloghi necessari per strutturare e sviluppare la strategia comunicativa; ulteriore materiale verrà prodotto da Santerno Group in base alle specifiche necessità comunicative del mercato cinese.

3 – Creazione della rete vendite

Tramite i propri commerciali e le attività sopra menzionate **Santerno Group ricerca, forma e gestisce agenti e distributori su tutto il territorio cinese**. I nominativi vengono condivisi con l'azienda vinicola ogni anno. In una situazione post-COVID l'affiancamento di un responsabile della cantina italiana non solo è permesso, ma, anzi, estremamente consigliato.

Al termine dei 3 anni – o comunque al termine del rapporto di collaborazione tra le parti – **tutti i nominativi degli agenti e distributori vengono ceduti all'azienda vinicola** che potrà scegliere se seguirli in maniera autonoma o ancora tramite Santerno Group.

Il reparto commerciale della Santerno Group, in concerto con

l’azienda vinicola, elabora la **strategia commerciale, i canali di distribuzione e il listino di vendita** basato sul prezzo CIF di ogni singolo sommato ai vari costi di logistica, sdoganamento e amministrazione affrontati dalla Santerno Group nella gestione della vendita.
Ogni mese viene redatto un **report delle movimentazioni di magazzino** (vendite + campioni) che sono state eseguite e dello stock rimanente in magazzino. Entro il 15° giorno del mese successivo Santerno Group esegue il bonifico del valore corrispondente alle bottiglie vendute.

Partendo da questi standard condivisi, in base alle esigenze specifiche di ogni azienda vinicola, i tecnici di Santerno Group sono a disposizione per creare un **pacchetto di servizi personalizzati** che possa soddisfare al meglio esigenze, interessi e necessità di ogni singola realtà.