

Cina: l'export italiano si tingue di rosa

scritto da Noemi Mengo | 7 Febbraio 2019



Non è certo la prima volta che affrontiamo il mercato cinese, ma abbiamo deciso di tornare a sbirciare gli ultimi aggiornamenti, perché il mercato della Cina (proprio come le donne) "ne sa una più del diavolo". Per farlo, ci avvaliamo dei dati forniti da IWSR, nel report quinquennale 2017/2022, che rassicura i produttori italiani riguardo al mercato dei vini importati, al momento forte e stabile. Un target sempre più importante va delineandosi ed è quello del mondo femminile, categoria di consumo le cui peculiarità tratteremo in conclusione a questo articolo.

Prima di tutto, un po' di background

La crescita del comparto vitivinicolo in Cina si prevede rimanga forte, anche se subirà un lieve declino nei prossimi 5 anni. Una stabilità che però non prende in considerazione eventuali periodi di crisi finanziaria o politica che

potrebbero svilupparsi durante questo periodo, vista la vulnerabilità delle istituzioni cinesi. Anche la disoccupazione dovrebbe rimanere stabile, mentre la popolazione aumenterà raggiungendo i 19 milioni nel periodo futuro. Tra i consumatori però si sta registrando un generale invecchiamento, la categoria dai 50 anni in su sta crescendo mentre i giovani diminuiscono in numero.

Vini fermi

Il vino fermo importato è attualmente la categoria più forte in Cina: al contrario degli anni passati, c'è stato un recupero impressionante. Nel 2018 sono stati registrati un volume di 66.5 milioni in casse da 9 litri per i vini importati, che si prevede cresca a 89.7 nel 2022, e 87.0 milioni in casse da 9 litri per i vini di produzione locale, che pare diminuiranno a 66.9 milioni.

I rossi, che hanno perso terreno tra il 2012 e il 2014, recuperando leggermente nel 2016 ma tornando a decrescere in volume nel 2018 (133.5 milioni) rimarranno pressoché stabili all'interno del mercato: le previsioni al 2022 registrano un volume di 132.6 milioni in casse da 9 litri.

I vini bianchi, invece, aumenteranno il proprio volume, passando da 18.9 milioni nel 2018 a 22.5 milioni nel 2022. I consumatori finalmente percepiscono il vino come un drink per ogni occasione, e la crescente quantità di consumatori anziani sembra tendere verso i vini bianchi fermi e delicati, poiché dà loro la sensazione di guardare anche all'aspetto salutare.

Il consumo pro capite è sceso rispetto agli anni precedenti e le previsioni lo attestano stabile tra 1.29 e 1.30 litri per adulto annui fino al 2022. Ciò avverrà probabilmente a causa dell'invecchiamento della popolazione e della conseguente minore attitudine al consumo. Infatti, in contrasto con la tendenza generale degli altri paesi, gli uomini cinesi bevono di meno man mano che invecchiano, perché frequentano meno eventi o cene di lavoro per mantenere il proprio network di contatti.

Bollicine

Le previsioni segnalano importanti progressi per quanto riguarda i vini sparkling, dove Champagne e Prosecco cresceranno e guideranno i consumi fino al 2022. Anche qui i vini importati occupano uno spazio ingombrante nel mercato, lasciando davvero poco territorio alle bollicine di produzione locale. Nel 2018 sono stati registrati 1.5 milioni in casse da nove litri per quanto riguarda il volume, mentre le bollicine locali occupavano solamente 0.2 milioni. Nel 2022 si prevede che il volume degli sparkling importati cresca fino a 1.9 milioni e che il locale rimanga attorno ai 0,2 milioni. Il consumo pro capite subirà un'impennata: da 0.014 litri annui per adulto a 0.018 litri annui nel 2022.

L'Italia è il primo importatore nel Paese, seguito da Spagna, Francia e Australia, ed il suo prodotto di punta, il Prosecco, affronterà una crescita sostanziosa negli anni a venire, dovendo però sempre fare i conti con la popolarità del concorrente Champagne.

A livello di prezzi, è bene segnalare una differenza fra le categorie vini fermi e bollicine. Per quanto riguarda i vini fermi la categoria più consumata è quella dal prezzo più basso, anche se sembra essere una tendenza in diminuzione, considerando che il CAGR quinquennale è negativo, -5.9% tra 2017 e 2022. Le bollicine più consumate sono invece quelle appartenenti alla categoria "standard" con un CAGR più che positivo di 7.6%.

Più la popolazione cinese si arricchisce, più la conoscenza e l'educazione riportano il vino ad essere un indicatore di status di benessere sociale, ed in questo, le donne cinesi, che per tradizione non hanno mai bevuto, stanno giocando un ruolo importante nel mercato.

Women Power

Le donne asiatiche stanno vivendo in un periodo storico che le occidentali hanno dovuto già affrontare in passato, per quanto, a dire la verità (ed è una donna a scrivere) certi

progressi non potranno mai dirsi realmente compiuti. Stiamo parlando di una ricerca dell'indipendenza femminile ma allo stesso tempo di accettazione all'interno di una società che non ostacola le donne ma, semplicemente, facilita gli uomini. Il vino sta progressivamente diventando un messaggio di status symbol, un fenomeno a cui chi fa export in Cina non può rinunciare e che dovrà sfruttare a proprio vantaggio. Pare che le donne asiatiche consumatrici di vino siano in espansione, poiché cominciano a considerare il vino, oltre che come status symbol, come un'alternativa più "stilosa" alla birra. La soluzione migliore per conquistarle è perciò donare loro un modo per dichiarare la propria indipendenza, il proprio stato di benessere economico e sociale: la possibilità di acquistare del buon vino.. italiano (e sfruttiamola questa reputazione!).