

In Cina non cala solo l'Italia

scritto da Fabio Piccoli | 10 Aprile 2019



Nei giorni scorsi abbiamo pubblicato un articolo sul calo, nel 2018 dell'export italiano sul mercato cinese ([link](#)). Ci eravamo un po' illusi dalle crescite maturate nel 2017 ma i dati dello scorso anno ci hanno riportato ad una realtà meno incoraggiante.

“Una realtà, però, che l'Italia condivide anche con altre nazioni vitivinicole ” ci ha spiegato Amedeo Scarpa, direttore dell'Ice di Pechino e coordinatore della rete Ice in Cina ” che nel 2018 hanno visto calare più di noi le loro esportazioni. Ovvero, a fronte di una Italia che perde quel poco indicato nell'articolo da voi pubblicato (secondo dati Istat almeno, secondo dogane cinesi invece siamo gli unici a crescere), la Francia ha perso il 20,3% e la Spagna il 18,8%”. Quanto affermato dal direttore dell'Ice di Pechino è assolutamente corretto ma questo, per certi aspetti, rende la

situazione ulteriormente preoccupante perché testimonia come la Cina presenti dinamiche decisamente imprevedibili.

E non ci vengono certo in aiuto le solite statistiche “ballerine” che addirittura presentano, come ci ha sottolineato Scarpa, dati in contraddizione.

Secondo, infatti, i dati di Dogane Cina, nel periodo gennaio-dicembre 2018 il nostro export sarebbe cresciuto, rispetto al medesimo periodo del 2017, del 4,6%, quello della Francia calato del 3,12% e quello della Spagna del 12,64%.

Dalle Dogane cinesi, inoltre, apprendiamo che l’Australia sempre nello stesso periodo è cresciuta del 7,39% e il Cile del 14,45%.

Insomma il quadro è sempre più incerto e di difficile lettura. Anche dagli incontri fatti con numerosi imprenditori ed export manager durante questo Vinitaly il tema Cina viene sempre preso con le cosiddette “pinze”. Della serie “certo diventerà un grande mercato ma al momento facciamo fatica a capire come intercettare le potenziali opportunità”.

Ci rendiamo conto che non esistono ricette sicure per nessun mercato e tanto meno per Paesi complessi come la Cina.

Ma quello che è certo è che non possiamo affidarci solo a dati o a previsioni più o meno ottimistiche per costruire strategie proficue su questo grande mercato.

Se, come aveva ricordato all’inaugurazione di Vinitaly il viceministro Geraci, l’obiettivo per l’Italia del vino è di raggiungere il miliardo di euro di export in sette anni è il tempo di spiegare come ci possiamo arrivare.

Al momento non ci resta che sperare.