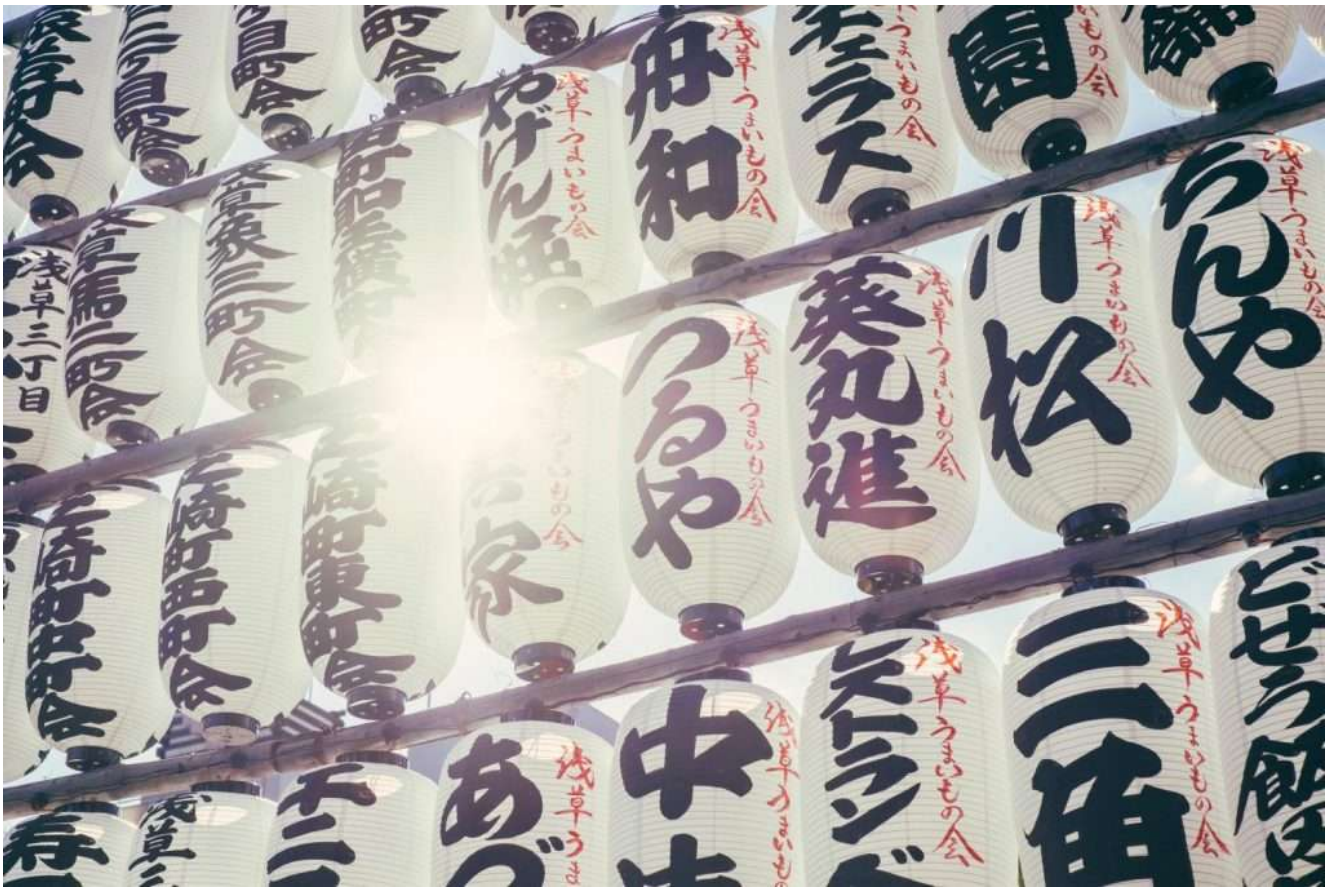
Non tutti i cali vengono per nuocere

scritto da Noemi Mengo | 4 Novembre 2019



Siamo giunti di ritorno da **Vinexpo Shanghai**, la fiera che, dal 23 al 25 ottobre 2019, ha radunato 260 espositori provenienti da 19 diversi Paesi e moltissime figure del trade mondiale.
Da questo viaggio abbiamo imparato diverse cose, tra queste il fatto che una delle dinamiche più ingombranti nel mercato cinese di oggi riguarda il progressivo declino delle importazioni di vino nei primi 6 mesi del 2019. Per via di molti fattori, fra cui pesano sicuramente i dazi imposti dagli Stati Uniti, sono molti i Paesi afflitti da queste dinamiche, tra cui anche l'Italia. Non è un'occasione per mettersi le mani tra i capelli però, questa diminuzione potrebbe avere dei risvolti positivi, se guardiamo al lungo termine. Ad incoraggiarci c'è sicuramente **Ian Ford**, uno dei maggiori esperti del mercato cinese, cofondatore di Nimbility, oggi una delle realtà più importanti nel supporto all'export in Cina.

Abbiamo scelto di intervistarlo, per capire più da vicino cosa comporterà per gli exporter questo declino e quali saranno, a suo avviso, gli sviluppi possibili.

Declino delle importazioni: che cosa è successo e quali sono le prospettive per le nazioni esportatrici?

I primi sei mesi del 2019 hanno rappresentato sicuramente un periodo difficile, complessivamente il mercato è sceso del 20% in termini di volume, comparando i dati rispetto allo stesso periodo del 2018, ed è stato registrato un declino significativo delle spedizioni verso la Cina. Ci sono stati diversi fattori in gioco nel determinare questo ribasso, e gli ultimi accadimenti con il trade statunitense ha colpito la sicurezza di molte compagnie ed importatori. La mia visione, e quella di altri professionisti come me, riunitisi a Vinexpo Shanghai, guarda oltre, infatti, sebbene il declino delle importazioni, il consumo in Cina risulta ancora robusto ed in crescita. Il mercato è ancora forte e vogliamo considerare questa fase come una parte di un evento ciclico. Se guardiamo, infatti, agli andamenti degli ultimi dieci anni di crescita del mercato del vino importato possiamo osservare una sorta di "su e giù". Ora siamo chiaramente giù, ma la domanda da parte dei consumatori è forte e molto dinamica.

La vittima principale è certamente la Francia, scesa del 40% in termini di valore, che ha perso la propria posizione di leader numero uno nel mercato cinese rispetto al competitor australiano. Credo che i francesi stiano soffrendo parecchio del fatto che per molto tempo sono stati abituati a coprire una posizione di leadership privilegiata, ma forse le cose stanno cambiando. I consumatori cinesi, infatti, sembrano essere un po' "annoiati", in cerca di qualcosa di diverso, di nuovo, più avventurosi. Sono sicuramente molto più aperti di mente rispetto ad anni fa e disposti a scoprire nuovi stili e origini, sicuramente uno sviluppo che si prospetta molto positivo.

Abbiamo visto anche che la Cina sta perdendo molti

importatori. Perché? Si tratta di una bella notizia o potrebbe essere pericoloso per il mercato?

Personalmente credo che sia l'inizio di una bella storia, sembra, in superficie, che molti importatori stiano uscendo dalla categoria ma, a guardar bene, si tratta di quegli importatori che volevamo uscissero dalla categoria. Questi "professionisti" sono aziende importatrici che pensano di rivolgersi al mercato del vino perché lo considerano affascinante, intrigante e che possa garantirgli il rientro di molto denaro. Ciò che non sanno è che per guadagnare, un importatore necessita di avere un distributore affidabile e professionale, con un network di agenti preparati. E' per questo che stanno abbandonando la categoria, in molti casi realizzando, solo a seguito di grossi invii di vino in Cina, di non avere le risorse monetarie e il network necessario per portare avanti l'attività. Davanti a noi vediamo un periodo di consolidamento, dove sopravvivono solamente i veri professionisti. Il numero sta scendendo progressivamente perché a galla resta solo chi lavora bene. Credo di poter parlare in nome dell'intera industria del vino, 8200 importatori in Cina sono oggettivamente troppi, perciò ritengo che la riduzione di questo grande numero, alla lunga, sia un fattore positivo.