

Bordeaux Grand Cru, Cina: crollo export e crisi senza precedenti

scritto da Emanuele Fiorio | 15 Dicembre 2024



Le esportazioni di Bordeaux Grand Cru verso la Cina crollano al minimo storico, segnando una crisi senza precedenti per la regione. Mentre Hong Kong resta un mercato chiave, la Cina continentale soffre un forte declino, spinto da tensioni geopolitiche e mutamenti demografici. Bordeaux guarda a nuovi mercati come Thailandia e UAE per rilanciarsi.

Le esportazioni di Bordeaux Grand Cru verso la Cina continentale hanno toccato un nuovo minimo storico, fermandosi a 240 milioni di euro nei 12 mesi conclusi a luglio 2024. I dati, rivelati dal presidente dell'Union des Grands Crus de Bordeaux (UGCB), Ronan Laborde, durante una conferenza stampa a Hong Kong, segnano un ulteriore passo indietro (-20%)

rispetto ai 300 milioni di euro registrati nello stesso periodo del 2022, già un record negativo.

Questo crollo ha acceso i riflettori sulla **crisi che Bordeaux sta attraversando, non solo in Cina ma a livello globale**, aprendo interrogativi su come la regione, simbolo di eccellenza enologica, possa affrontare una fase di stagnazione che sembra sempre più strutturale. **Hong Kong, tuttavia, rimane il principale mercato della regione**, con un valore di esportazioni pari a 140 milioni di euro, confermandosi un hub centrale per i Grand Cru. La Cina continentale, invece, registra una contrazione più severa, con il valore delle esportazioni ridotto a circa 100 milioni di euro.

“Sebbene i numeri siano diminuiti, rimangono comunque significativi,” ha sottolineato Laborde, evidenziando come Bordeaux mantenga la sua leadership nella categoria dei Grand Cru francesi nella regione. **Le sue etichette rappresentano ancora tra il 67% e il 75% del valore totale delle importazioni di Grand Cru francesi in Cina**, un dato che dimostra la forza del brand Bordeaux anche in un mercato in crisi.

La contrazione delle esportazioni verso la Cina si inserisce in un quadro più ampio di difficoltà. **Globalmente, le esportazioni di Bordeaux Grand Cru hanno registrato un calo del 16%** su base annua per il periodo terminato a luglio 2024. Questo dato segue anni record, come il biennio 2021-2022, quando le esportazioni globali avevano raggiunto un valore complessivo di 1,4 miliardi di euro.

“La situazione attuale riflette un assestamento dopo anni di boom” ha spiegato Laborde, aggiungendo che i produttori bordolesi si trovano ad affrontare sfide complesse che vanno oltre le dinamiche del mercato del vino. Tra i principali mercati globali di Bordeaux, quasi tutti hanno riportato un calo, con **l’eccezione di tre aree: Thailandia, Emirati Arabi Uniti e Taiwan**.

Leggi anche – [Mercato Cina, Taylors Wines: spunti concreti per una strategia ad hoc](#)

In particolare, **la Thailandia ha visto un incremento delle importazioni grazie alla decisione del governo di eliminare i dazi doganali e ridurre le accise**, una mossa che ricorda l'abolizione delle imposte sul vino a Hong Kong nel 2008. Questa politica ha trasformato Hong Kong in un polo globale per i fine wines e continua a sostenere forti importazioni di Bordeaux, nonostante il calo complessivo della regione. La Thailandia potrebbe rappresentare un nuovo punto di riferimento per Bordeaux, mostrando come politiche mirate possano influenzare significativamente il commercio di vino.

A complicare ulteriormente il quadro, **le tensioni geopolitiche tra Cina e Unione Europea**. Dispute commerciali su settori strategici, come **veicoli elettrici e pannelli solari**, stanno aggravando la situazione, creando un clima di incertezza che pesa sulle esportazioni di vino. **Laborde ha sottolineato come l'industria sia consapevole dell'imprevedibilità del contesto**, ma ha anche espresso fiducia nella capacità dei produttori di adattarsi: "Abbiamo affrontato Brexit, dazi statunitensi e ora questa situazione. Siamo più vaccinati ora e pronti ad affrontare qualsiasi sfida."

In Cina, il declino del consumo di vino è alimentato da molteplici fattori, tra cui una crescita economica rallentata, l'aumento della concorrenza locale e una nuova generazione di consumatori che sembra meno attratta dal prestigio dei vini europei. Questo cambiamento demografico sta spingendo Bordeaux a rivalutare le sue strategie di marketing e a cercare modi innovativi per rimanere rilevante.

Nonostante il quadro difficile, Laborde ha ribadito l'impegno dell'UGCB a mantenere una presenza forte in Cina, considerato un mercato chiave per il futuro. Bordeaux sta anche esplorando nuovi mercati e opportunità. Gli aumenti nelle esportazioni verso Thailandia, Emirati Arabi Uniti e Taiwan sono un segnale

positivo, ma rappresentano ancora una piccola frazione del mercato globale. **Per compensare il calo in Cina, Bordeaux dovrà diversificare ulteriormente**, puntando su mercati emergenti e adottando strategie che combinino innovazione e tradizione.

Il futuro di Bordeaux sarà determinato dalla capacità della regione di reinventarsi, adattandosi a un panorama in rapida evoluzione. Sebbene il marchio Bordeaux rimanga sinonimo di eccellenza, la competizione e le dinamiche globali richiedono un approccio più flessibile e dinamico.

Punti chiave:

- 1. Crollo storico delle esportazioni in Cina:** Le esportazioni di Bordeaux Grand Cru verso la Cina continentale hanno toccato un minimo storico di 240 milioni di euro nel 2024, segnando un calo del 20% rispetto al 2022.
- 2. Hong Kong resiste come mercato principale:** Con 140 milioni di euro di valore esportato, Hong Kong si conferma un hub cruciale per Bordeaux, mentre la Cina continentale registra un calo più severo a circa 100 milioni di euro.
- 3. Declino globale e nuove opportunità emergenti:** Le esportazioni globali di Bordeaux Grand Cru sono diminuite del 16% nell'ultimo anno, ma mercati come Thailandia, Emirati Arabi Uniti e Taiwan mostrano segnali positivi grazie a politiche fiscali favorevoli.
- 4. Sfide geopolitiche e demografiche:** Le tensioni tra Cina e UE, unite a un cambiamento nei consumi della nuova generazione cinese, stanno spingendo Bordeaux a ripensare le sue strategie di marketing e diversificazione.

5. Adattamento e resilienza del brand Bordeaux: Nonostante le difficoltà, Bordeaux resta leader nel segmento Grand Cru, rappresentando tra il 67% e il 75% del valore totale di queste etichette francesi, dimostrando una forza di brand ancora solida.