

Cina, mercato vino: la ripresa post-Covid è ancora lontana

scritto da Emanuele Fiorio | 26 Aprile 2024



Il recente annuncio della Cina di [revocare i dazi sui vini australiani](#) ha portato ad un certo ottimismo nell'industria vitivinicola australiana, ma pochi si illudono sia possibile ricostruire la quota di mercato precedente visto che l'industria del vino, non solo in Australia ma a livello globale, non sta certo navigando in acque tranquille.

Negli ultimi due decenni, la Cina è stata il motore di crescita del settore vitivinicolo mondiale, grazie ad una **crescita esponenziale della classe media** che ha superato i 400 milioni di persone ovvero 140 milioni di famiglie secondo i dati del 2017. La classe media cinese è costituita da una tipica famiglia di tre persone che guadagna tra i 15mila ed i 74mila dollari l'anno nel 2022 (Ufficio nazionale di statistica).

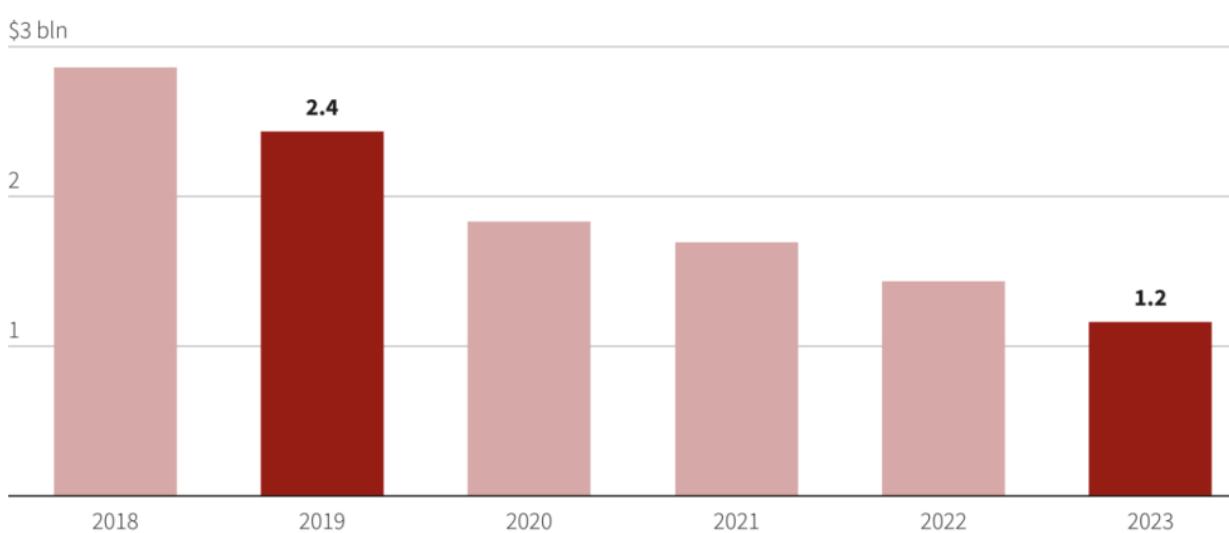
Questa classe media ha sviluppato una predilezione per i vini provenienti da Australia, Cile, Italia e Francia. Nonostante queste premesse positive, secondo Kym Anderson, direttore esecutivo del Wine Economics Research Centre dell'Università di Adelaide, **il mercato cinese e il consumo domestico faticano a riprendersi** da una recessione iniziata prima della pandemia di COVID-19 e aggravata dalle lunghe restrizioni che ne sono seguite.

In Cina durante il **2023 si è registrato un quarto del consumo di vino** rispetto al picco raggiunto nel 2017 ed i volumi annuali di import si sono ridotti di due terzi.

Falling wine imports to China

Chinese wine imports in 2023 had fallen by over 50% from the pre-covid years

Yearly wine imports to China



Source: Chinese customs data | Reuters, April 2, 2024 | By Vineet Sachdev & Casey Hall

Come riporta Reuters, Judy Chan, CEO di Grace Vineyards, una delle principali cantine cinesi, ha evidenziato l'aumento della competizione sia a livello domestico che globale. Oltre al vino, il mercato cinese offre un vasto assortimento di bevande alcoliche, inclusi cocktail e birre artigianali. Il vino, che un tempo rappresentava un emblema internazionale di sofisticatezza, sembra aver perso questo status distintivo: "Il vino aveva questo alone di raffinatezza. Parte del

problema è che lo ha perso”.

La Cina, pur essendo il mercato degli alcolici più grande del mondo con un valore stimato di 336 miliardi di dollari, è ancora largamente dominato dal baijiu. L'indice di fiducia dei consumatori cinesi si è alzato dell'1,5% a gennaio 2024 rispetto al mese precedente, ma il dato rimane vicino ai minimi storici, frenato dal **rallentamento economico, da un mercato immobiliare stagnante e da una disoccupazione giovanile** che limita le spese discrezionali. Resta il fatto che **nel 2023 il PIL cinese è cresciuto del 5,2%, rispetto al +3% registrato nel 2022**.

Yan Yu, venditrice di vino tramite l'app WeChat (WhatsApp cinese), testimonia una crescente sensibilità al prezzo tra i suoi clienti, prevalentemente provenienti dalla classe media, il **price point per i suoi vini è inferiore a 200 yuan (\$28)**.

L'industria vitivinicola in Cina potrebbe stabilizzarsi, ma **i livelli pre-Covid probabilmente non torneranno molto presto**. **C'è spazio per la crescita**, considerando che il consumo annuo pro capite è inferiore a mezzo litro e il vino rappresenta una quota inferiore all'1,5% rispetto al consumo totale di alcolici nel Paese. Tuttavia, il quadro generale è complesso e pieno di sfide, il futuro del vino in Cina rimane incerto, le aziende necessitano di strategie adattative e innovative per navigare in questo mercato altamente competitivo.