Cina, la svolta del tappo a vite: accettazione e adattamenti di mercato

scritto da Emanuele Fiorio | 3 Maggio 2024

Quest’anno si celebra il **60° anniversario dall’adozione dei tappi a vite** per le bottiglie di vino (1964), una soluzione inizialmente sviluppata per preservare la freschezza e la qualità dei vini svizzeri, a causa della varietà di uva Chasselas (ampiamente coltivata in Svizzera) e molto suscettibile all’influenza dei tappi di sughero.

All’epoca, il tappo a vite in alluminio era considerato rivoluzionario ma non registrò una diffusione ampia fino all’inizio del XXI secolo, quando fu adottato su larga scala dalle cantine neozelandesi. **Oggi è ampiamente utilizzato in 40 Paesi produttori.**

Sebbene in Australia e Nuova Zelanda i tappi a vite sigillino oltre il 90% delle bottiglie, in Cina la situazione presenta una dinamica ben diversa, è risaputo infatti che i consumatori cinesi associano il sughero ad una maggiore qualità, valore e formalità/prestigio. Tuttavia, di fronte alla crescente globalizzazione e alle pratiche standardizzate di produzione, **anche i consumatori cinesi cominciano a mostrare segni di apertura verso il tappo Stelvin**, soprattutto nelle categorie di vini bianchi e rosé, generalmente consumati in contesti meno formali.

Marchi australiani noti, come Rawson's Retreat, **adattano il proprio packaging al mercato cinese**, sostituendo i tappi a vite con quelli di sughero, soprattutto nelle piattaforme di e-commerce come JD.com. Questa strategia risponde alle esigenze di un consumatore cinese che valuta il vino anche attraverso il tipo di chiusura della bottiglia. Anche Penfolds ha adottato un approccio simile per i vini di fascia alta destinati al mercato cinese, modificando il packaging in base alle aspettative locali.

Nonostante la crescente accettazione, il passaggio dal sughero al tappo a vite è lento e graduale, influenzato da una forte eredità culturale e dalla percezione del lusso e della tradizione che il sughero ancora rappresenta in Cina.

Accettazione crescente per vini *entry level*, bianchi e rosé

Nonostante la persistenza di pregiudizi verso i tappi a vite, alcuni segnali positivi emergono per i **vini di consumo quotidiano, in particolare bianchi e rosé.** Marchi come Yellow Tail hanno abbandonato completamente i tappi di sughero, adottando il tappo a vite in modo esclusivo, senza incontrare resistenze significative. Questa transizione è facilitata dal **posizionamento di questi vini nella fascia *entry level***, spesso consumati in ambienti informali.

La situazione è diversa per i vini di fascia alta, dove il tappo di sughero mantiene un forte legame con l'idea di qualità e prestigio. Tuttavia, anche in questo segmento si osserva una lenta evoluzione. I dati doganali mostrano che, nonostante una generale contrazione delle importazioni di vino nel 2023, i vini neozelandesi, famosi per essere sigillati con **tappo a vite, hanno registrato un incremento dell'import sia in termini di volume che di valore** in Cina.

Il futuro dei tappi a vite in Cina

La lenta accettazione dei tappi Stelvin per i vini premium rappresenta un indicatore del cambiamento nella percezione. Questo mutamento è particolarmente evidente tra i **consumatori con esperienze internazionali, che sembrano più aperti** alle innovazioni nel packaging.

La strategia per i produttori ora è quella di bilanciare la necessità di adattarsi alle aspettative locali mantenendo al contempo l'efficienza e le pratiche sostenibili che il tappo a vite offre. Il mercato cinese continua a evolversi, l'adozione del tappo a vite potrebbe espandersi ulteriormente, soprattutto se le **nuove generazioni di consumatori**, meno legate alle tradizioni e più influenzate dalle tendenze globali, inizieranno a dominare il mercato del consumo di vino.

Sebbene il mercato cinese mantenga una forte predilezione per i tappi di sughero, specialmente per i vini regalati o consumati in occasioni formali e ufficiali, il tappo a vite sta guadagnando terreno, spinto dalla globalizzazione del mercato del vino e dalle esigenze di efficienza produttiva. La sfida per i produttori rimane quella di navigare tra le tradizioni locali e le tendenze globali, **equilibrando le aspettative dei consumatori con le innovazioni tecniche** che stanno definendo il futuro del settore vinicolo cinese.