

# Cina si riparte con cautela

scritto da Agnese Ceschi | 21 Maggio 2020



Come sarà la “nuova normalità” a cui ci dovremo abituare a partire da lunedì 18 maggio, data in cui il governo italiano ha dato il via libera all’apertura (seppur con importanti limitazioni per ragioni sanitarie) di ristoranti e bar? Per comprendere quali sono gli scenari a cui dobbiamo prepararci siamo andati a ricercare l’esperienza di chi prima di noi è passato da questa fase. **La Cina è il mercato a cui guardare in questo momento** per scorgere importanti spunti di riflessione.

Facciamo un pò il punto della situazione. La Cina **ha ufficialmente superato un mese dall’ultimo caso dichiarato di morte** per coronavirus. La National Health Commission ha diffuso numeri confortanti: solo 91 persone rimangono ricoverate e altri 623 casi in isolamento per sospetto Coronavirus o per essere risultati positivi ma senza aver manifestato sintomi. In totale la Cina ha dichiarato 4.633 morti su 82.933 casi da quando il virus è stato rilevato per

la prima volta a dicembre 2019 nella città di Wuhan.

Nonostante i numeri di contagi siano alquanto confortanti, non arrivano notizie propriamente rassicuranti dal mercato del vino.

Secondo quanto riporta una recente intervista condotta da [Wine Intelligence](#) ad un gruppo di esperti i consumatori di vino rimangono ancora molto cauti, confermando le **previsioni di un calo del 30% del mercato del vino** in Cina.

Nonostante, infatti, una lenta riapertura delle attività commerciali e ricettive, degli spostamenti all'interno del territorio nazionale e da giugno anche degli eventi pubblici come matrimoni e feste, i consumatori dimostrano di essersi allontanati dal mondo del vino.

Secondo il **Professor Ma, docente al College of Horticulture of China Agricultural University a Beijing**: "I consumatori cinesi hanno risposto in modo diverso al Covid-19 rispetto ai consumatori di mercati affermati come gli Stati Uniti e l'Europa. Il **vino svolge un ruolo più sociale, di promozione e celebrazione** in Cina. Non è ancora essenziale per la vita quotidiana. Se le persone cercano l'alcol per alleviare lo stress, molti di loro penseranno prima al Baijiu o alla birra. Inoltre, il blocco in Cina è stato più rigoroso di quello negli Stati Uniti o in Europa, il che ha anche limitato la disponibilità fisica di reperire vino".

Che impatto ha avuto invece il lock down sulle attività commerciali di import del vino? "Le aziende non stanno investendo nell'acquisto di vino, quindi le importazioni sono diminuite in modo significativo" spiega **Alberto Fernandez, General Manager area Asia e Pacifico per Familia Torres** con sede a Shanghai. "Abbiamo visto un **calo a marzo del 50% e sarà ancora più alto ad aprile**. Prevedo che il mercato del vino nel 2020 scenderà di almeno il 30% in valore. La spesa per l'alcol è influenzata dal fatto che alcuni consumatori cinesi sono preoccupati che il consumo indebolisca il loro sistema immunitario".

Naturalmente l'importante crollo del mercato del vino è stato determinato dal calo del 50% degli assembramenti sociali, dunque non c'è da sorprendersi che sia stato rilevato un -40% nel consumo delle bevande (non solo del vino).

Secondo **Mr. Zhang, distributore di Xi'an**: "Ci sono stati sicuramente alcuni **cambiamenti nei modelli di consumo**. Molte persone non tengono più incontri sociali. La maggior parte dei consumatori evita di cenare fuori, il che significa che viene consumato meno vino. Tuttavia, penso che questa sia solo una cosa temporanea. I cinesi adorano queste occasioni sociali, il che significa che se alla fine la situazione migliorerà, i consumatori ricominceranno a cenare con amici e familiari".

Positivi sviluppi si riscontrano invece sul fronte del **mercato online**. Come molti altri Paesi al mondo, infatti, anche la Cina ha colpo da questa crisi l'opportunità implicita. Il distanziamento sociale ha favorito gli acquisti del mondo virtuale, facilitati dai numerosi casi di **tasting e lezioni virtuali tramite i canali social** e non.

Un interessante esempio di come il digitale possa favorire la vendita del vino online è l'ormai nota [Lady Penguin](#), che oltre ad essere un'opinione leader è anche un rivenditore di bevande alcoliche, di cui molti wine lover cinesi si fidano per indirizzare i propri acquisti. Negli ultimi mesi le sue quotazioni sono salite ulteriormente e i numeri delle vendite tramite i suoi canali sono saliti in modo esponenziale.

Un altro sviluppo positivo di questa situazione di emergenza è sicuramente l'apertura di promozioni su nuovi canali e piattaforme alternative a WeChat, come **TikTok e Kwaishou**.

Saremo in Cina con attività di b2b con agenda organizzata e incontri digital a luglio, per maggiori info clicca [qui](#)