

Ripresa delle importazioni di vino in Cina nel primo semestre 2024

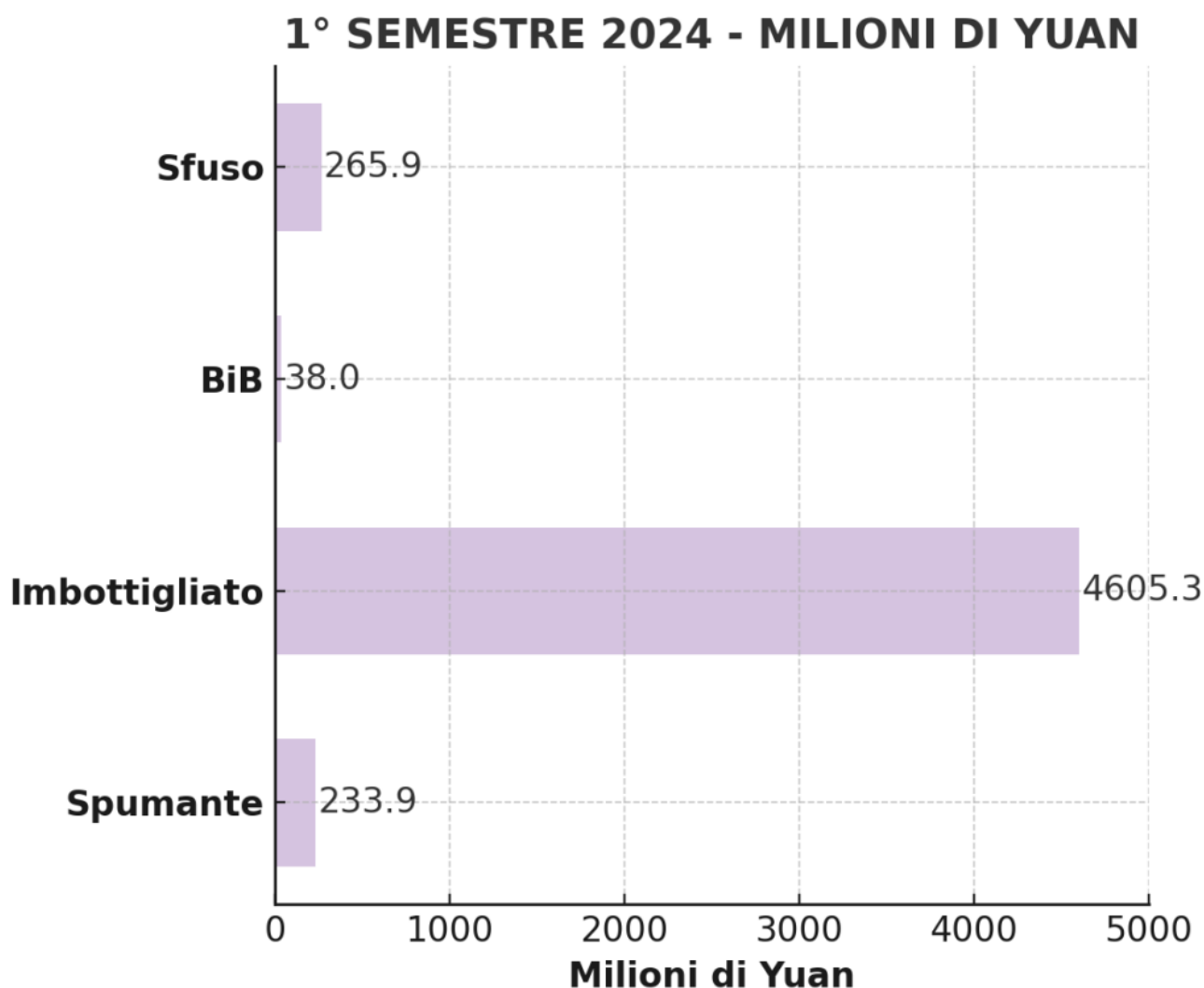
scritto da Claudia Meo | 15 Settembre 2024



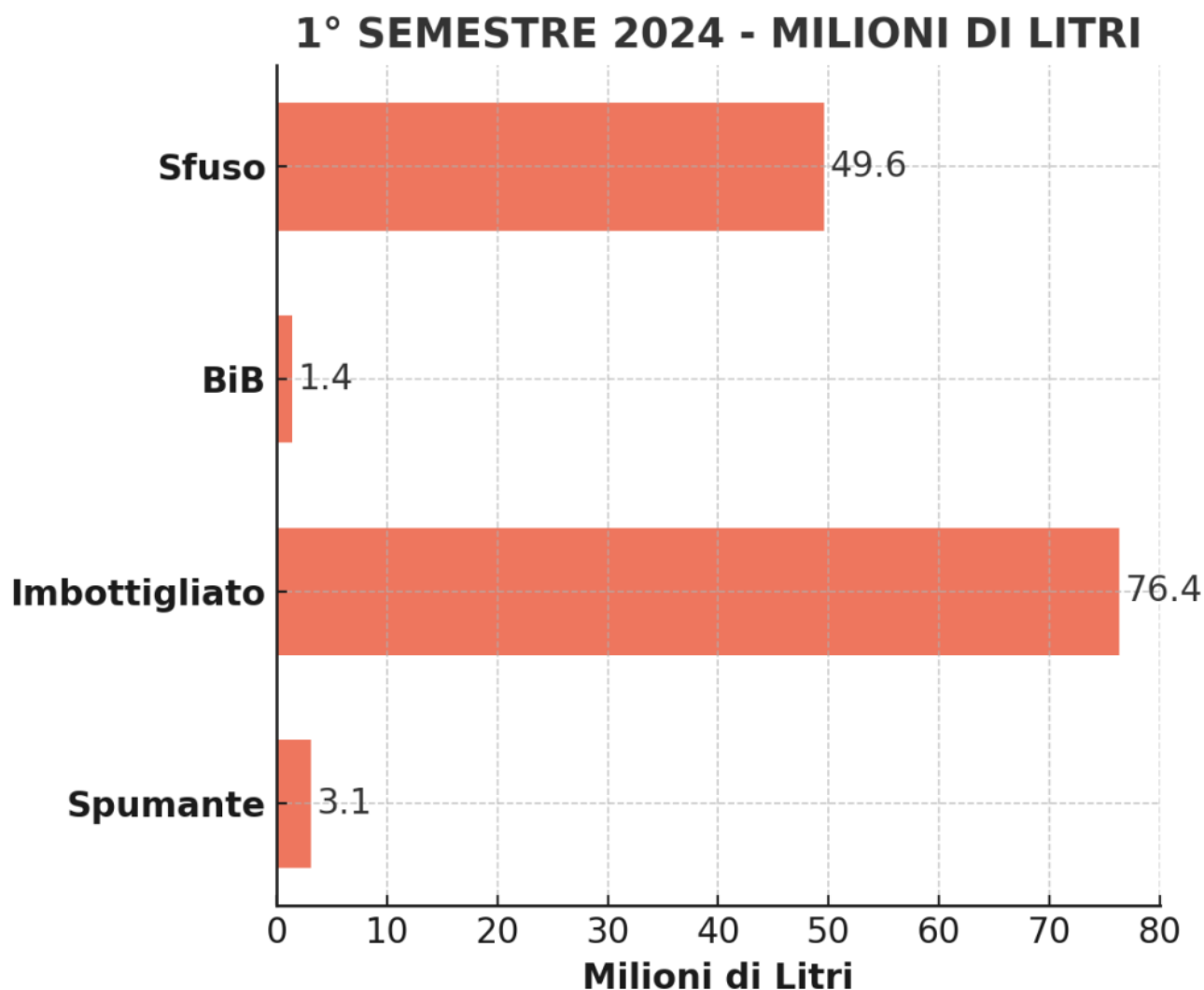
Le importazioni di vino in Cina, dopo anni di forti cali dal picco del 2017, mostrano segnali di ripresa nel primo semestre del 2024. Il volume è aumentato dell'1,8% e il valore del 25,6%, grazie soprattutto al ritorno dell'Australia come fornitore chiave. Il mercato è dominato dal vino imbottigliato, mentre Francia e Cile mantengono la leadership rispettivamente in valore e volume. Anche l'Italia registra buoni risultati, con un incremento di volumi per gli spumanti, pur a fronte di un calo dei prezzi.

Il mercato del vino ci allena continuamente ai cambi di passo, ci abitua ad attraversare trend consolidati così come, a volte, a fare i conti con repentine inversioni di tendenza.

Focalizzando l'attenzione sulle importazioni di vino in Cina, dai record storici del 2017, in cui il valore del vino acquistato ammontava a oltre **18 mila milioni di yuan**, il trend cinese ha registrato per anni fortissimi cali; il primo semestre 2024 evidenzia tuttavia, in assoluta controtendenza, segnali di ripresa significativi. Secondo i dati doganali cinesi, analizzati dall'Osservatorio Spagnolo del Mercato del Vino (OEMV), il volume delle importazioni è cresciuto dell'1,8%, raggiungendo i 130,6 milioni di litri, mentre gli acquisti di vino dall'estero sono aumentati del 25,6%, attestandosi a 5.143 milioni di yuan – circa 656 milioni di euro -, con un prezzo medio in crescita del 23,3% fino a 39,38 yuan/litro – circa 5 euro/litro.



TOTALE: 5143,1



Leggi anche: [Importazioni di vino in Cina: Shanghai domina nel primo semestre 2024, cali a Pechino e Tianjin](#)

Questo **miglioramento** è stato trainato principalmente dalle dinamiche del secondo trimestre, con incrementi particolarmente marcati nei mesi di aprile, maggio e giugno, grazie al ritorno dell'Australia come fornitore di rilievo, dopo l'eliminazione dei dazi del 200% imposti dalla Cina nel novembre 2020. **L'Australia ha ripreso la sua posizione sul mercato cinese**, passando dall'essere quasi irrilevante a diventare il secondo fornitore in termini di valore, dopo la Francia, e il terzo in termini di volume, dopo il Cile e ancora la Francia. Nel solo mese di giugno, le importazioni di

vino australiano hanno raggiunto 8,9 milioni di litri, per un valore di 788 milioni di yuan, con un prezzo medio di 86,51 yuan/litro, il più elevato tra i principali Paesi fornitori.

Segmenti di prodotto

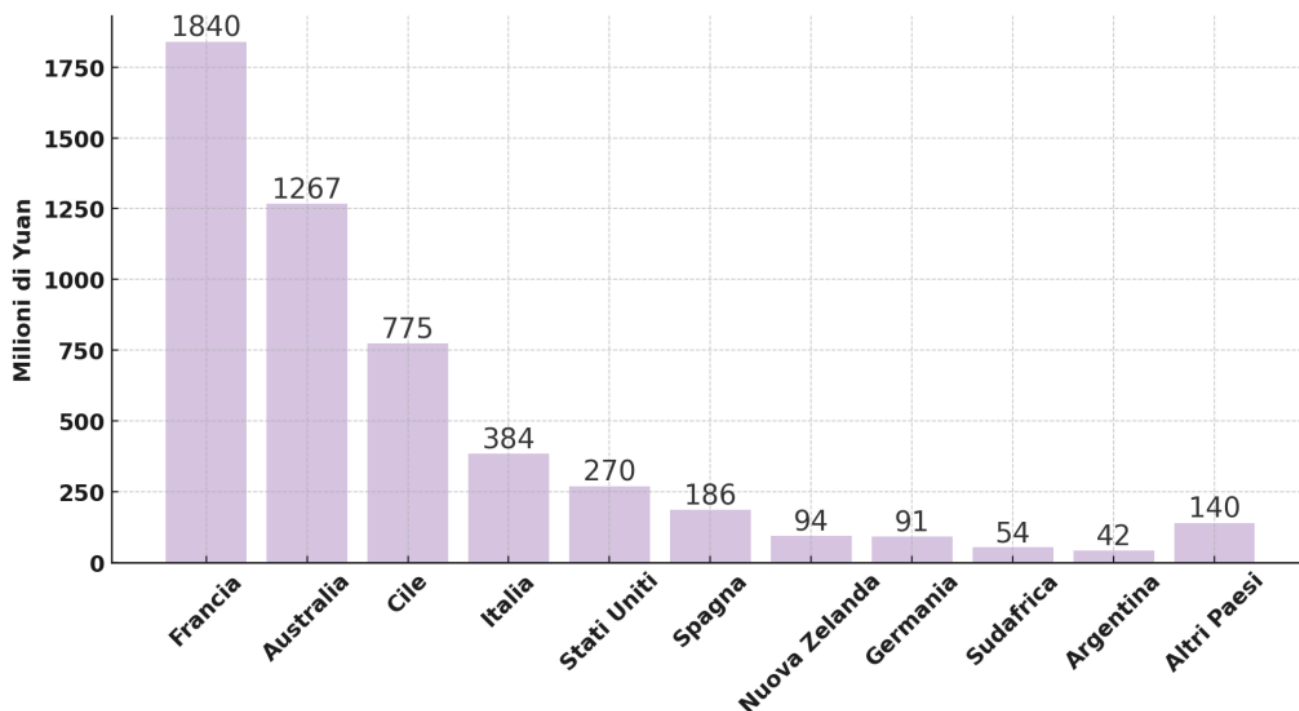
Il mercato cinese è dominato dal vino imbottigliato, che rappresenta quasi il 59% del volume totale importato e il 90% del valore. Nel primo semestre del 2024 le importazioni di vino **imbottigliato** sono cresciute dello 0,3% in volume (76,4 milioni di litri) e del 30,2% in valore (4.605 milioni di yuan). Il vino **sfuso**, che costituisce il secondo segmento per volume, ha registrato un aumento del 4,4% in volume (49,6 milioni di litri), ma un calo del 12,9% in valore, scendendo a 266 milioni di yuan. Infine, le importazioni di vino **bag-in-box** hanno subito una diminuzione del 12,8% in volume (1,4 milioni di litri), pur registrando un incremento del 15,2% in valore, raggiungendo i 38 milioni di yuan.

Paesi fornitori

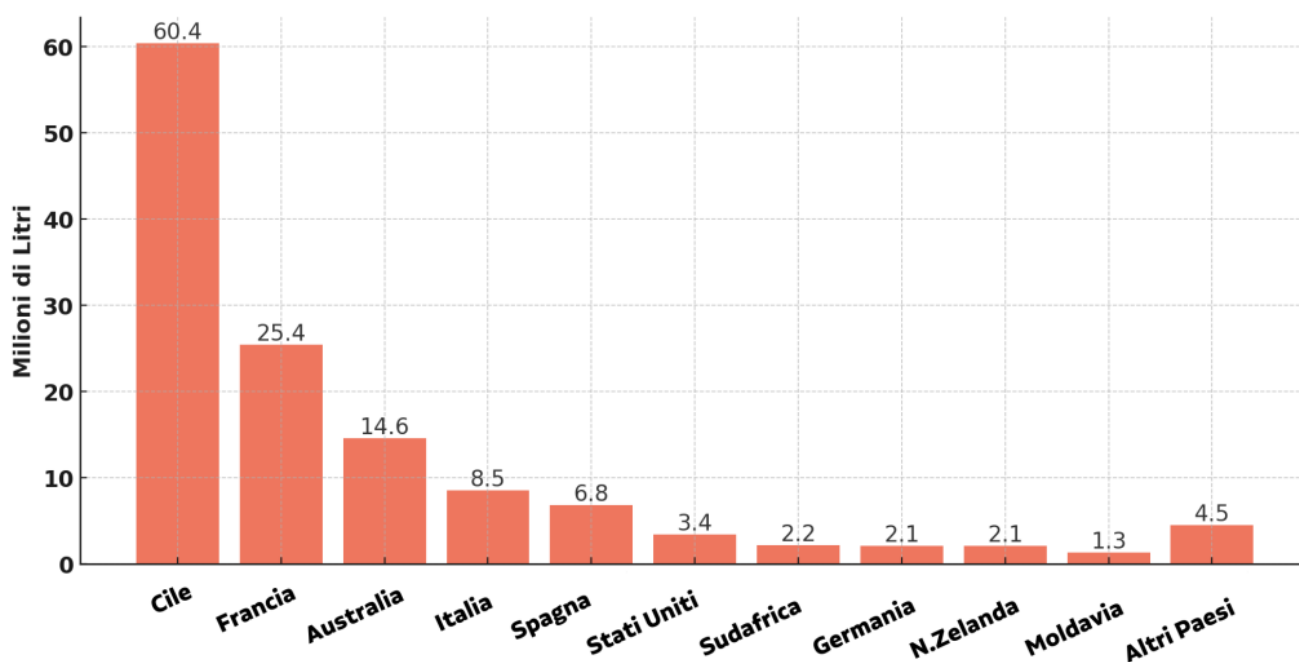
Nel panorama dei Paesi esportatori, la **Francia mantiene la leadership in termini di valore**, nonostante il calo del 2,5% rispetto all'anno precedente, registrando comunque 1.840 milioni di yuan. Il **Cile si conferma primo in termini di volume** con un incremento del 3,9%, portando le sue esportazioni a 60,4 milioni di litri, pur registrando una flessione dell'8,3% in valore, scendendo a 775 milioni di yuan.

L'Australia ha segnato una ripresa notevole, risalendo alla seconda posizione in valore (1.267 milioni di yuan) e alla terza in volume (14,6 milioni di litri), recuperando le posizioni perse a seguito dei dazi. Questa ripresa non ha intaccato significativamente la posizione del Cile, che ha continuato a dominare in volume, mentre paesi come Francia, Spagna e Sudafrica hanno subito le conseguenze della ritrovata competitività australiana.

IMPORTAZIONE DI VINO E MOSTO - MILIONI DI YUAN



IMPORTAZIONE DI VINO E MOSTO - MILIONI DI LITRI



Prezzi

Un'analisi più approfondita rivela che il prezzo medio dei vini importati in Cina è aumentato in quasi tutti i segmenti. Il vino imbottigliato ha visto un incremento del prezzo medio

del 24,1%, mentre il bag-in-box ha registrato un aumento dell'8,2%. In controtendenza, il prezzo del vino sfuso è diminuito del 16,6%, riflettendo la complessità delle dinamiche di mercato.

L'Italia

Le esportazioni del nostro vino nei confronti della Cina hanno totalizzato, nel primo semestre del 2024, 384 milioni di yuan, circa 50 milioni di euro e in volume circa 8,5 milioni di litri. L'Italia detiene una **quota di mercato dell'8,7% in valore e del 6,9% in volume**. Il prezzo medio del vino italiano esportato in Cina è di 46,79 yuan/litro.

La rinnovata presenza dell'Australia, che si è comunque fatta sentire, ha impattato meno di quanto abbia depresso le importazioni da Francia, Spagna e Sudafrica. In qualche caso, la tenuta italiana dei volumi ha scontato un calo dei prezzi; come è accaduto per gli spumanti, che quotano in Cina 1,8 milioni di litri, e per i quali si è assistito a un aumento di volumi di quasi il 10% a fronte di una diminuzione di prezzo di circa il 9%.

Le importazioni di vino in Cina nel primo semestre del 2024 indicano un mercato in ripresa. Malgrado il dominio francese in termini di valore e i massicci volumi cileni, l'opzione cinese merita a nostro avviso un focus importante nelle strategie delle nostre imprese. Il bacino cinese si dimostra molto ricettivo in termini di diversificazione e il mercato manifesta buona dinamicità di prezzi e preferenze: elementi da non trascurare da parte di un Paese come l'Italia, che vanta un patrimonio enologico che eccelle per la sua diversificazione e una gamma di stili e fasce di prodotto in grado di accontentare il mercato più segmentato.

Per fare questo c'è bisogno di strategie all'altezza della sfida: per farsi spazio in un colosso come la Cina i produttori italiani devono iniziare a mettersi in discussione

come **fornitori globali**, strutturando adeguatamente la propria funzione export. In cima alla lista dei processi da presidiare metteremmo il monitoraggio, la familiarità con gli osservatori internazionali e la capacità di leggere e interpretare le dinamiche di mercato.

Key Points:

- 1. Ripresa delle importazioni di vino in Cina nel 2024:** Dopo anni di calo, il primo semestre del 2024 ha segnato un'inversione di tendenza, con un aumento del 25,6% del valore delle importazioni di vino (5.143 milioni di yuan) e un incremento dell'1,8% del volume, sostenuto dalla ripresa delle forniture australiane.
- 2. Ritorno dell'Australia sul mercato:** L'eliminazione dei dazi del 200% ha permesso all'Australia di riguadagnare terreno, posizionandosi come secondo fornitore in termini di valore e terzo in termini di volume. Questo ha portato una pressione competitiva su altri Paesi esportatori come Francia, Spagna e Sudafrica.
- 3. Segmentazione del mercato vinicolo cinese:** Il vino imbottigliato domina il mercato, rappresentando il 59% del volume e il 90% del valore delle importazioni. Tuttavia, il vino sfuso ha mostrato segni di calo in valore, mentre il bag-in-box ha registrato una diminuzione del volume ma un incremento del valore.
- 4. L'Italia sul mercato cinese:** L'Italia detiene l'8,7% del valore e il 6,9% del volume delle importazioni cinesi di vino nel primo semestre del 2024, con un prezzo medio di 46,79 yuan/litro. Nonostante l'impatto minore del ritorno dell'Australia, l'Italia ha subito una riduzione dei prezzi per alcune categorie come gli spumanti.
- 5. Strategie future per i produttori italiani:** Il mercato cinese offre opportunità di crescita, grazie alla sua dinamicità e diversificazione. I produttori italiani devono rafforzare le loro strategie di export e presidiare processi come il monitoraggio del mercato, la

familiarità con le dinamiche globali e la capacità di leggere correttamente i trend internazionali.