

Cina: è giunto il momento del vino bianco?

scritto da Agnese Ceschi | 12 Luglio 2017



Il vino bianco sembra percorrere una nuova strada in Cina? Se lo chiedono gli esperti di Wine Intelligence in un interessante articolo recentemente pubblicato, dove vengono indagati i più importanti cambiamenti del mercato del dragone. Se in termini di abitudini di consumo in Cina persiste un punto fermo, e cioè la passione per il vino rosso, che detiene il primato dei vini più consumati in Cina, importanti novità sembrano essere all'orizzonte.

Il gruppo di esperti ospitato da Wine Intelligence durante un convegno a Vinexpo ha presentato infatti al pubblico alcune intriganti prospettive. Secondo le interviste commerciali sottoposte ad alcuni tra i più conosciuti importatori e rivenditori in Cina, si prevede per i prossimi anni una forte crescita delle vendite di vini bianchi e spumante, guidata dalla crescente popolarità dei bianchi aromatici, in particolare nelle grandi città. Secondo le fonti commerciali cinesi, è in corso una crescita dello spumante, anche se

minore rispetto al vino bianco perché attualmente lo Champagne domina la categoria, guidato da marchi forti e consolidati come Moët & Chandon e Perrier-Jouët.

Storicamente, il vino bianco non ha mai avuto popolarità in Cina " fino a poco tempo fa tutto il vino veniva chiamato "vino rosso", con quello bianco spesso tradotto involontariamente in mandarino come "vino rosso bianco". Aline Bao, un partecipante dell'evento Vinexpo, esponente di COFCO (uno dei più grandi importatori di vino in Cina e un importante produttore nazionale) ha rilevato come in alcuni negozi di Pechino il vino bianco rappresenti oggi il 15-20% delle vendite. Un dato molto interessante.

Il fattore chiave del cambiamento sembra essere la generazione emergente di consumatori cinesi che si sono laureati negli ultimi 10 anni e stanno esplorando altri orizzonti oltre la frontiera dei bordeaux rossi tradizionali. Nella categoria del vino è emersa una nuova classe di consumatori: quelli che gustano il vino in un ambiente più genuino e quotidiano, ordinandolo online e ritirandolo direttamente nei ristoranti in poche ore. In breve, coloro che si comportano in modo più simile ai consumatori dei mercati maturi del vino.

Un prodotto più propizio, simile al Prosecco, in termini di profilo e prezzo, sarebbe propizio per guidare la crescita dello spumante in Cina. Infatti si comincia a vedere un'opportunità di crescita per gli spumanti più dolci con caratteristiche fruttate e floreali, simili a quelli di Asti e al Moscato frizzante.

L'analisi non si fa mancare nemmeno l'analisi del mondo social. La piattaforma dominante dei social media WeChat è diventata un canale sociale e informativo per la maggior parte dei giovani cinesi amanti del vino, la quale può rapidamente trasformare una nuova idea in una tendenza virale. Ancora una volta, la cultura dei selfie ha contribuito a diffondere la tendenza a bere spumante tra i Millennials come emulazione dell'atteggiamento occidentale e lo stile di vita moderno.

Il mondo cinese sembra essere sempre più vicino
all'Occidente.