

# Sempre più online il futuro del vino in Cina

scritto da Redazione Wine Meridian | 5 Gennaio 2017



In Cina il 2016 sarà l'anno del sorpasso nel consumo di vini da uva rispetto a quelli da riso. Un risultato storico che segna un ulteriore passo verso la maturità dei consumatori cinesi, e fa tris con altri 2 traguardi. In soli 2 anni infatti i consumi domestici hanno superato quelli più da 'status symbol' del fuori casa e le vendite dell'off trade hanno raggiunto e staccato quelle dei ristoranti. Con il web che ha cannibalizzato le market share dei tradizionali canali di vendita, registrando un balzo dal 2 al 19% in soli 5 anni. L'analisi del mercato cinese dell'Osservatorio Paesi terzi Business Strategies-Wine Monitor Nomisma, presentata al wine2wine di Veronafiere, fotografa una situazione sempre più fluida del 4° Paese buyer di vino al mondo (solo il 10° per l'Italia). E il vino del Belpaese, dopo anni da comprimario, sembra aver intrapreso nel 2016 una lunga rincorsa: +28,8% nei primi 10 mesi del 2016 (contro una crescita media delle importazioni cinesi a +18,2%) con un valore che per la prima

volta sfiora la soglia dei 100mln di euro (96,5mln). Ancora micro però la quota di mercato (5,6%) che rimane più bassa di Francia (43,3%), Australia (24,1%), Cile (11%) e Spagna (6,7%).

Per Silvana Ballotta, Ceo di Business Strategies che al wine2wine ha organizzato il convegno "Il mercato del vino in Cina: quali sviluppi?": "Ci sono indicatori importanti che dimostrano come la partita del mercato cinese si giocherà ancor più attraverso il brand e il posizionamento del prodotto. Ne è esempio il sorpasso negli ultimi 2 anni dell'off trade sulle vendite nei ristoranti, una forbice che è destinata a crescere da qui al 2020, quando i consumi off trade rappresenteranno quasi i 3/4 delle vendite. Un sintomo di maggior conoscenza e autonomia da parte del consumatore, comprovata anche dalla crescita dei consumi e della cultura del vino non solo nelle grandissime metropoli ma anche in diverse regioni importanti, come Hebei o Anhui, Shandong o Jilin, Liaoning o Hubei".

Nel giro di soli dieci anni le importazioni cinesi di vino sono passate da 60 milioni ad oltre 1,8mld di euro, con una proiezione a fine 2016 vicina a un valore di 2,2mld di euro. Si tratta, come emerge dallo studio, di un livello e di una dinamica che, qualora dovesse essere confermata anche nel 2017, porterebbe la Cina a diventare il terzo mercato di importazione a livello mondiale, surclassando di fatto anche la Germania che da tre anni a questa parte registra all'opposto un calo continuo negli acquisti di vino estero (-4% nei primi 9 mesi di quest'anno).

In evidenza, nello studio dell'Osservatorio Paesi terzi che ha incrociato i dati Euromonitor, Oiv e Gti, anche la crescita del canale web, ora al secondo posto tra i canali di acquisto, dopo la Gdo e prima dei negozi specializzati, e la prevista escalation dei consumi a casa, con una crescita media annua da qui al 2020 del 16,2%. Sul fronte italiano, buone notizie oltre che sul valore, anche sul prezzo medio dell'imbottigliato fermo, che a ottobre passa da 3,27 a 3,98 euro/litro (+21,5% a/a e 82,9mld di euro complessivi). Prezzi in calo invece per gli sparkling (-10%) passati da 2,76 a 2,48 euro al litro.