

Incognita Cina

scritto da Redazione Wine Meridian | 24 Agosto 2015



Wine Intelligence diffonde un interessante studio sul mercato cinese, sottolineando quelle che sono le linee di tendenza riscontrate durante lo scorso anno. A quanto emerge dal China Landscapes 2015, nel marasma della situazione cinese una certezza c'è: nonostante le pressioni che hanno rallentato la crescita dei vini importati (decrescita economica, austerità del governo e misure anti-corruzioni), la Cina rimane il quinto mercato più attrattivo per i produttori di vino con 32 milioni di casse importate nel 2014 e una crescita del 3% rispetto al 2013, per questo è il mercato emergente più interessante. Se da una parte i dati che arrivano dal Paese del Dragone sono talvolta discordanti, c'è da fare i conti con un'evoluzione sociale legata ai consumi di vino. Infatti, ciò che risulta un fattore di successo in questo momento è comprendere che la Cina rappresenta un'opportunità per i produttori di vino che siano in grado di capire veramente le dinamiche di mercato e in grado di rispondere velocemente alle richieste dei consumatori in continuo cambiamento. Ciò che rivela lo studio Wine Intelligence di luglio 2015 è che il consumo di vino in Cina rimarrà saldo nel lungo periodo, incentivato da una nuova classe emergente di consumatori benestanti, cosmopolita e giovani con uno stile di vita

moderno e sofisticato.

A fronte di questa buona notizia, non mancano i problemi. Nonostante negli ultimi anni il mercato cinese del vino di importazione stia continuando a crescere (seppur con tassi non altissimi), il prezzo medio a bottiglia sta gradualmente scendendo, dando sempre più spazio a vini di fascia medio bassa. Il prezzo del vino in Cina è infatti in media molto più alto che nei Paesi occidentali, circa un 50-70% in più generalmente. Un consumatore cinese su 10 ha dichiarato che il prezzo troppo alto è il fattore numero uno che costituisce una barriera all'acquisto dei vini importati. Per questo motivo si stanno riscontrando sempre di più tendenze a proporre promozioni sul prezzo del vino.

Se le tendenze al ribasso sono forti, dall'altro lato si sta sviluppando una tendenza al rialzo. L'influenza dei giovani consumatori infatti creerà nuove opportunità per i vini di qualità e di consumo quotidiano. I consumatori tra i 18 e i 29 anni rappresentano già 4 su 10 acquirenti di vino importato e questa fascia di età acquista il doppio della fascia 40-50 anni nei discount. Questa crescente nicchia di consumatori giovani, benestanti e di estrazione urbana è alla ricerca di prodotti salutari, moderni e sofisticati. Molto sta accadendo sul mercato cinese in questo momento, come possono le aziende pensare di affrontare questa situazione complicata? Monitorare costantemente la situazione ed essere pronti ad affrontare in fretta i cambiamenti potrebbe essere una buona base di partenza.