

# ORIGINE

IL SAPORE DEL TERRITORIO ITALIANO

[www.origineonline.it](http://www.origineonline.it)



Edizioni L'Informatore Agrario

Tutti i diritti riservati, a norma della Legge sul Diritto d'Autore e le sue successive modificazioni. Ogni utilizzo di quest'opera per usi diversi da quello personale e privato è tassativamente vietato. Edizioni L'Informatore Agrario S.p.A. non potrà comunque essere ritenuta responsabile per eventuali malfunzionamenti e/o danni di qualsiasi natura connessi all'uso dell'opera.

# Credeteci, la Cina diventerà il più grande mercato per il vino italiano



Lau Chi Sun  
in un disegno  
di Elena Terrin

*Solo chi investe ed è presente ora potrà sfruttare nei prossimi 5-10 anni le enormi potenzialità offerte dai molti mercati della Cina, con le sue 30 Province, alcune con capoluoghi di oltre 10 milioni di persone*

Incontro Lau Chi Sun, il più noto giornalista enogastronomico di Hong Kong (ma è famoso in tutta la Cina) al Grand Hyatt Hotel di Hong Kong, nella zona di Wan-chai, quella che una volta era caratterizzata dalle suggestive case-palafitta sul mare e ora è un centro finanziario e alberghiero ultramoderno.

Già il luogo è il simbolo della nuova Cina anche se Hong Kong, come è noto, rappresenta da sempre un cancello ideale per l'Occidente per entrare in Oriente. Nonostante sia dal 2000 rientrata sotto il controllo del Governo cinese, qui nessuno si definisce cinese. La Cina rimane la Mainland (la terra principale), ma appare tutt'oggi culturalmente lontana anche se nessuno si sogna di dire che economicamente le relazioni non siano fortissime.

La Cina appare sempre di più come uno straordinario sistema federale con le 30 Province che stanno assumendo via via maggiore autonomia. Seguendo il modello di Hong Kong, infatti, il Governo centrale cinese sta autorizzando le singole Province a intraprendere alcuni sistemi economici in maniera autonoma. È il caso, ad esempio, della Provincia di Chindao, che da settembre di quest'anno ha adottato un modello stile Hong Kong creando un'area tax free (senza tasse d'importazione) per molti prodotti come il vino. Il Governo di Chindao, infatti, ha fatto partire un progetto denominato Wine Road per agevolare l'importazione di vino nella propria Provincia.

Ma torniamo a Lau Chi Sun che oltre ad essere un bravo conoscitore del mercato del vino in Cina è molto simpatico e ironico e conosce anche qualche parola in italiano dal momento che è venuto spesso nel nostro Paese, soprattutto a «causa» del vino.

Lau Chi Sun è direttore da 12 anni del mensile *WineNow* la più importante pubblicazione dedicata al vino di Hong Kong, ma diffusa in tutta la Cina.

**Quando è nato il suo interesse nei confronti del vino? Non deve essere una passione così comune nel suo Paese.** A Hong Kong la presenza del vino, soprattutto quello proveniente da Bordeaux, grazie agli storici rapporti con l'Inghilterra, è datata molti anni. Tutt'oggi molti dei vini francesi che entrano nel nostro Paese arrivano da distri-

## I CONSUMI DI VINO IN CINA

La Cina si sta evolvendo soprattutto per quanto riguarda i consumi. Si calcola – secondo dati diffusi da Vinitaly nell'ambito del recente tour in Cina – che il numero dei consumatori abituali di vino superi i 10 milioni e che il potenziale mercato per il vino si aggiri tra il 5 e il 10% della popolazione, ovvero dai 60 ai 130 milioni di consumatori. L'occidentalizzazione e la modernizzazione stanno, infatti, cambiando le abitudini cinesi e c'è chi scommette su un futuro roseo per la bevanda di Bacco, che sta penetrando con decisione soprattutto nelle grandi città. Ristoranti e wine bar (questi ultimi stanno conoscendo un elevato tasso di crescita) propongono il vino con sempre maggiore insistenza. Bere vino sta diventando, soprattutto tra le giovani generazioni, una vera e propria moda: si beve vino al ristorante, al bar, nei nightclub e nelle discoteche. Il consumo di vino non è, però, una prerogativa esclusiva dei giovani: negli ultimi anni il mercato si è allargato grazie alla diffusione della cultura del vino e, di conseguenza, si sono creati diversi profili di consumatori.



portunità quando il mercato si sarà sviluppato completamente commette un grave errore. Per me è un vero peccato perché sono convinto che i vini italiani hanno straordinari valori che potrebbero conquistare veramente molti consumatori cinesi.

**Quali sono questi valori secondo lei?**

Intanto una straordinaria eterogeneità qualitativa. Nessun Paese vitivinicolo al mondo possiede il vostro patrimonio in termini di varietà, di territori produttivi. E poi l'Italia ha un eccellente appeal anche

butori del Regno Unito. La mia passione per il vino, pertanto, è nata perché appena ho assaggiato vini di qualità me ne sono innamorato. Ma oggi questo interesse ha contagiato molti dei miei connazionali.

**Ci può dare qualche numero?**

Attualmente a Hong Kong il consumo pro capite di vino all'anno è di quasi 4 litri, ma è in continua crescita. Basti pensare che, nonostante la crisi economica si sia fatta sentire un po' anche qui, nel 2008 le vendite di vino nel nostro Stato (che conta circa 7,5 milioni di abitanti, *n.d.r.*) sono cresciute dell'80% e nei primi sei mesi di quest'anno stiamo già registrando un +42%.

**La situazione nella Mainland, la Cina, però non sembra così dinamica in termini di mercato.**

Non è così vero. Non va dimenticato che molto del vino che viene acquistato dai distributori di Hong Kong viene poi rivenduto in altre province della Cina. Va sottolineato, infatti, che essendo il nostro mercato duty free viene utilizzato da molti anche come porta d'ingresso per altri mercati asiatici. È vero che i consumi di vino di qualità in Cina crescono abbastanza a rilento – siamo oggi a circa 0,3 litri pro capite – ma indubbiamente il vino di qualità continua a conquistare nuovi consumatori.

**La Francia rimane il Paese leader indiscusso del mercato del vino di qualità in Cina...**

È vero ma questo sia per ragioni storiche (i rapporti della Francia con la Cina sono antichissimi), che per migliore capacità di promozione e commercializzazione rispetto all'Italia.

**Cosa fanno in più i francesi rispetto a noi?**

Intanto presidiano il mercato. Cioè sono presenti con i loro rappresentanti nel nostro Paese da molti anni. Voi italiani venite magari una volta all'anno, ma solo pochissimi hanno creato uffici o inviato rappresentanti per periodi più lunghi e questo è un grande limite.

**Molti produttori italiani considerano il mercato cinese interessante dal punto di vista potenziale, ma ancora scarsamente reattivo.**

Sì, ci vorranno ancora tra i 5 e i 10 anni affinché il nostro mercato sviluppi tutte le sue potenzialità, ma queste potranno essere sfruttate solo da chi investe ed è presente ora. Chi pensa di trovare op-

per quanto riguarda la vostra qualità della vita e per molti cinesi, soprattutto quelli delle classi sociali più elevate, questo appare come un elemento molto positivo.

**Torniamo a Hong Kong. Quali sono le tipologie di vino preferite e quali i canali distributivi?**

Nell'ultimo ventennio la situazione si è decisamente modificata. Siamo infatti passati da circa l'80% di vini bianchi e il 20% di rossi negli anni 80, a quasi il 70% di rossi e il 30% di bianchi attuale. Oltre ai vini francesi, grande apprezzamento sul nostro mercato lo trovano le produzioni enologiche californiane, australiane e cilene. Ma l'interesse per i vini italiani è crescente anche grazie all'aumento della ristorazione di qualità italiana e alla migliore immagine del vostro Paese. Per quanto concerne i canali distributivi stiamo assistendo, ma questo vale per tutta la Cina, a una incredibile proliferazione di nuovi modelli di distribuzione.

Non vi sono più, infatti, solo pochi grandi distributori, ma sta nascendo via via una miriade di wineshop, di spazi specializzati nei supermercati e, ovviamente, di un numero crescente di ristoranti che arricchisce la propria carta dei vini. Non va inoltre sottovalutato il numero di siti Internet specifici per la vendita on line di vino. Si tratta di un canale di vendita oggi decisamente utilizzato in Cina (in effetti abbiamo avuto anche a Shanghai un incontro con alcuni operatori commerciali specializzati nella vendita on line, *n.d.r.*).

**E per quanto riguarda i prezzi?**

La fascia più venduta è quella tra i 10 e i 30 euro a bottiglia. Potrei dire che oggi vendere un vino a 20 euro a Hong Kong è molto facile, ma lo è anche in altri mercati della Cina.

**In conclusione qualche consiglio ai produttori di vino italiani?**

Di avere fiducia sul mercato cinese. Di trovare formule di collaborazione anche tra produttori, come fanno i francesi, per presidiare maggiormente il mercato. E poi di cominciare a vedere la Cina come una serie di mercati, non concentrandosi solo su Shanghai o Pechino. Vi sono 30 Province, alcune con capoluoghi di oltre 10 milioni di persone. Mercati oggi meno «trafficati» e quindi con maggiori opportunità. Iniziate a muovervi.

**Fabio Piccoli**