Sangiovese e Nebbiolo: i vitigni star del vino italiano in Cina

written by Marco Salvaterra | 3 novembre 2021

Il vino italiano cresce in Cina, ma rappresenta solo il 10% del vino importato, Eva Xia (Vinehoo) fa una analisi dei motivi

L'Etna è l'attrazione più famosa, mentre Prosecco e vini organici potranno essere il cavallo di Troia per il vino italiano nel mercato cinese, ma per ora la morbidezza dei vini americani, cileni e l'eleganza dei francesi ha avuto la meglio.

Icon Italy, a dicembre, si pone come evento per sfondare nel mercato locale

Alta acidità, tannino marcato, molto astringente in bocca. Così molti consumatori cinesi descrivono il vino italiano e queste sono anche alcune delle principali difficoltà che spiegano il perché dall'Italia arrivi in Cina solo il 10% del vino importato. I consumatori sono abituati a vini più dolci e amabili, come quelli provenienti dai mercati cileno e americano, o blasonati, come i francesi. A dirlo è una analisi di **Vinehoo**, il portale di vendita di vino tra i più utilizzati in Cina, che mette in evidenza alcune delle principali lacune che stanno facendo ritardare l'exploit atteso del vino tricolore in questo importante mercato. «Oltre a questo uno dei problemi maggiormente riscontrati è anche l'identità del vino italiano tra troppe denominazioni e varietà di vitigno, che naturalmente generano grandi differenze di stile e di riconoscibilità del vino per il consumatore cinese – spiega **Eva Xia, responsabile acquisti del gruppo Vinehoo** – ma nonostante tutto in questo momento questi possono anche diventare i fattori di successo per il vino italiano in Cina, serve solo un lavoro continuativo da parte di aziende e consorzi per poter educare il consumatore cinese a questa cultura e alle diversità». Vinehoo punta sui vini italiani da diversi anni, tanto che nelle vendite sulla piattaforma il vino italiano è il più venduto con una quota del 19,65% (gennaio – giugno 2021, dati interni vendite Vinehoo), mentre i vini francesi sono al 18,51%.

Sangiovese e Nebbiolo i più ricercati, Prosecco e vini naturali hanno potenziale, Etna regione ormai riconosciuta . Secondo l'analisi di Vinehoo Piemonte e Toscana sono le due regioni più popolari in Cina e i vini a base di Nebbiolo e Sangiovese i più acquistati e conosciuti. In questo caso il prezzo alto denota qualità e blasone mettendoli al piano dei vini francesi e americani. Tuttavia dal 2020 c'è stata una maggiore attenzione verso vini siciliani, alto atesini e friulani. Il Prosecco, vista la sua amabilità al palato, potrebbe avere un enorme potenziale

che ancora non sfrutta, così come i vini naturali, ancora un mercato vergine per i consumatori locali che si stanno appassionando adesso a queste dinamiche produttive. L'Etna è invece regione ormai riconosciuta tra gli appassionati.

Icon Italy: Vinehoo riparte dall'Italia. L'11 dicembre a Shanghai e il 18 dicembre a Guanzhou il vino italiano sarà al centro dell'attenzione di operatori, esperti e appassionati del settore grazie al tour "Icon Italy" che dopo il blocco del 2020 torna finalmente. Un format vincente, quello nato dall'idea del gruppo cinese Vinehoo nel 2016, che toccando varie città della Cina mette in contatto le cantine partecipanti con operatori e wine lover, presentando al pubblico dei professionisti che cresce sempre di più in questo Paese alcune delle "icone" del vino italiano appunto. La novità di quest'anno è tuttavia l'attenzione verso cantine dai numeri più limitati, da importare e proporre direttamente ai consumatori, segnale di un mercato che cambia e, oltre ai grandi brand, inizia a ricercare particolarità regionali da proporre agli appassionati. Non solo grandi nomi come di consueto, che saranno comunque presenti, ma anche piccole-medio cantine che altrimenti non avrebbero la possibilità di entrare in un mercato così difficile e vasto. (Per poter entrare a far parte del circuito, maggiori informazioni su programma e modalità di partecipazione potete scrivere a vinehooitalia@gmail.com)

Vinehoo, un colosso che promuove e importa i migliori vini italiani. Vinehoo (Wineyun.com vinehoo.com) è una importante e nota piattaforma cinese, con base operativa a Shanghai, per l'acquisto online di vino, destinata (principalmente ma non solo) al consumatore finale, con oltre un milione di utenti registrati. Nato nel 2004, Vinehoo è cresciuto molto negli anni, fino a diventare un punto di riferimento per i wine lovers cinesi, con un account WeChat seguito da oltre 150 mila followers. Fa parte di un grande gruppo, Banniere Wineyun, che si occupa anche di comunicazione e On Trade Business, con un ampio catalogo di prodotti in distribuzione, importati direttamente e direttamente distribuiti. Vinehoo importa alcuni vini direttamente, mentre altre referenze sono acquistate dagli operatori in Cina e rivendute tramite la piattaforma, anche attraverso le vendite a tempo (Flash Sales). Tra le peculiarità del gruppo cinese quella di offrire anche una sezione "Vip Clients", alla quale possono accedere clienti con un elevato potere d'acquisto. Vinehoo organizza dal 2016, un Road Show annuale, Icon Italy, le cui tappe principali sono Shanghai, Pechino e Guangzhou, considerato dai partecipanti stessi uno dei veicoli più efficaci per raggiungere il cliente finale, il bevitore cinese di vino. Il numero di bottiglie di vino italiano vendute da Vinehoo da gennaio a giugno 2021 rappresenta con il 19,65% il primo mercato. Anche in quantità il vino italiano lanciato sulla piattaforma on line del gruppo Vinehoo rappresenta il 20,3%.

ICON ITALY BY VINEHOO

ICON VINEHOO

ITALY / 2021

SHANGHAI

12.11 AM10:00-12:30 PM15:00-17:30