



IN ESTREMO
ORIENTE CONSUMI
IN CRESCITA
E LA PRODUZIONE
LOCALE AUMENTA
DI PARI PASSO.
LA QUALITÀ
PER ORA È SCARSA.
POCO AMATI
I VINI ITALIANI

E il vino cinese comincia a far paura

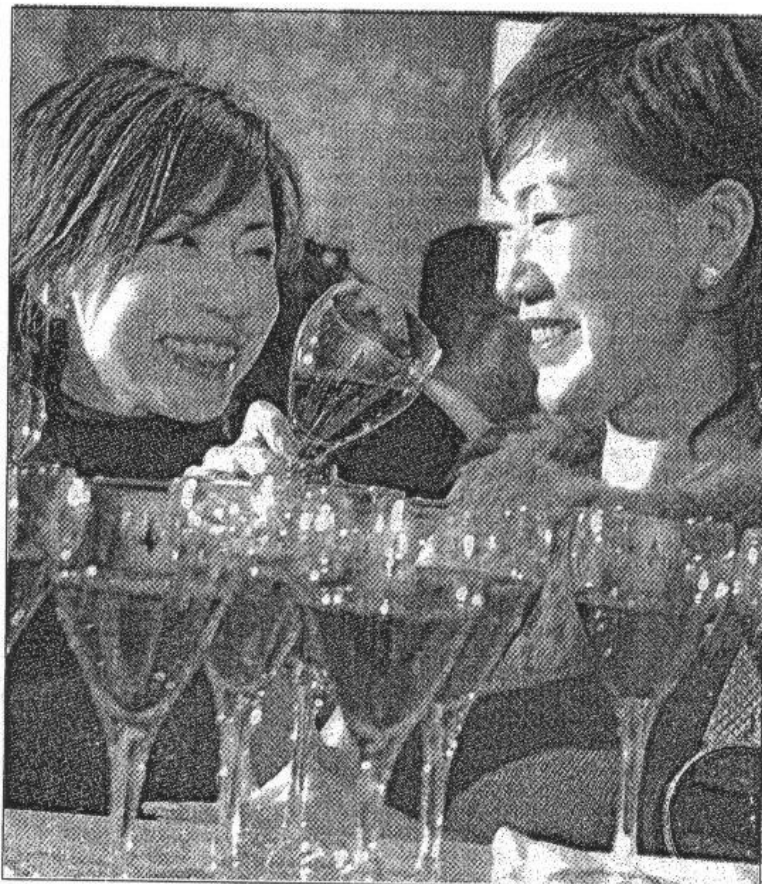
Arriva la carica dei vini cinesi. Enormi estensioni di terreno in zone vocate, un know how produttivo mutuato dagli occidentali, numeri smisurati in termini di bottiglie. La produzione vitivinicola cinese si affaccia ora al mondo e già inquieta i wine maker. Non solo quelli di casa nostra, ma anche i cileni, gli australiani, i californiani e i sudafricani, leader del mercato internazionale. In un Paese grande come l'Europa, la coltura della vite si estende su una superficie impressionante, probabilmente vicina ai 200.000 ettari. Le coltivazioni si distendono soprattutto nella parte occidentale. Nelle immense distese aride e desertiche il sole potente e la forte escursione termica producono la frutta più dolce e ricercata della Cina.

Il vino è apprezzato, soprattutto se rosso e dolce, per il sapore, il colore, le proprietà salutari. Il suo consumo, in Cina, è accostato ad uno stile di vita moderno e dispendioso. Rappresenta dunque un fenomeno alimentare in espansione perché l'incremento del potere di acquisto di una parte consistente della popolazione, l'aumento del numero di stranieri presenti in Cina, la crescente voglia di emulare lo stile di vita occidentale ed il carattere internazionale delle più grandi città cinesi garantiscono ottime prospettive. Solo il 20% della produzione di uva è vinificato: la parte restante viene consumata fresca o essiccata. La Cina tuttavia continua ad avere uve di bassa qualità, anche se i miglioramenti registrati sono stati notevoli, soprattutto per gli investimenti stranieri proiettati alla conquista di un mercato in crescita.

I primi apprezzamenti

Alcuni vini, come Chardonnay e Cabernet Sauvignon della zona costiera intorno allo Shandong ed alcune produzioni locali bianche e secche dello Xinjiang, sono stati accolti con minore scetticismo dagli esperti internazionali. La produzione di vino nel 2003 ha raggiunto complessivamente le 500 mila tonnellate. Un valore decisamente basso, così com'è (ma le proiezioni di mercato immaginano una crescita del 12-15% l'anno), forte però, secondo gli esperti, di una qualità in ascesa. La maggioranza dei vini deriva da uve locali tagliate con vino sfuso importato e di valore ridotti. I vini cinesi posizionati nella fascia più alta del mercato, tradizionalmente dominata dai vini d'importazione, sono un ritratto numero. «Ma lo straordinario decollo dell'economia cinese di questi ultimi anni, lascia presupporre che la crescita anche in questo settore sarà rapida e incisiva», sottolinea Romeo Orlandi, sottolinea Romeo Orlandi, economista e sinologo, vice-presidente di Osservatorio Asia».

L'aspetto economico del vino in Cina è ancora ridotto ma comincia a mostrare delle dinamiche interessanti. Negli ultimi dieci anni le case vinicole sono quasi raddoppiate, raggiungendo le 300 unità. Si tratta tuttavia di aziende medie e piccole, con una capacità produttiva media inferiore alle 2.000 tonnellate. Soltanto quattro aziende riescono a produrne più di 10.000: Changyu, Great Wall, Dynasty e Huaxia. La prima è il più grande produttore di vino in Asia, con 60.000 tonnellate annue, 4.000 addetti che lavorano su una vastissima estensione nello Shandong. È specializzata in vini bianchi, dai quali



mi locali stanno notevolmente aumentando. Il forte interesse per il vino di importazione, infatti, ha accompagnato lo sviluppo di una fascia di popolazione sempre più aperta a stili di vita diversi, desiderosa di trovare celebrazioni per la sua nuova posizione sociale, rivolta verso consumi di lusso e prestigio. Il vino, insomma, è ancora un fenomeno d'élite.

Quali sono i vini preferiti dal popolo dagli occhi a mandorla? Il Professor Professor Guo Qichang, scienziato del China National Research Institute of Food and Fermentation Industries, ha rilevato che negli ultimi anni il tradizionale vino dolce è stato appaiato nei consumi da quelli semi dolci e secchi. Di questi il 70% è costituito da vini rossi: «La qualità — sottolinea — è cresciuta, spesso in linea con gli standard internazionali». Cabernet sauvignon e chardonnay costituiscono le varietà più diffuse, seguite da produzioni con nomi prosaici come "Dry White" o evocativi come "Dragon Seal".

I più diffusi

Le quattro marche più diffuse sono Changyu, Great Wall, Tonghua and Dynasty. Fra i vini di importazione una preferenza - ancora netta ma in diminuzione - viene accordata ai rossi rispetto ai bianchi, mentre è in flessione l'interesse per le bevande ad alta gradazione alcolica (primo fra tutti il cognac). Fra i rossi la scelta cade sui vini giovani, con gusto fermo, secchi e con colore rubino, che richiama il colore tradizionale delle festività. «Il consumatore cinese, che in genere non è ancora in grado di operare distinzioni fra i vini in base ai canoni classici come denominazione, produttore, Paese di origine, annata, di solito seleziona in base al prezzo — osserva Orlandi — Solo un numero limitato di acquirenti sceglie valutando la marca, ma a condizione che possa rappresentare, allo stesso momento, garanzia di qualità e prestigio da ostentare».

I dieci vini più diffusi nel mercato sono tutti cinesi. La domanda è soddisfatta per la grande maggioranza dalla produzione locale e l'importazione ne rappresenta soltanto il 10% circa. La classifica dei paesi fornitori è guidata dal Cile, seguito da Francia, Australia, Stati Uniti ed Italia. Le stesse rilevazioni in termini quantitativi vedono un peggioramento della posizione italiana, superata anche dall'Argentina e dalla Spagna.

I vini italiani dunque hanno un prezzo di vendita, e probabilmente una reputazione dei consumatori, più bassa di quella media. Il fenomeno opposto è rilevato per la Francia, che detiene inoltre la prima posizione per i vini frizzanti e quelli imbottigliati, sia in quantità che in valore. Va rilevato infine che le esportazioni italiane continuano a perdere terreno sia di fronte all'aggressività dei produttori locali che alla tradizionale concorrenza dei produttori internazionali.

In questo quadro negativo emerge la coraggiosa ma unica iniziativa imprenditoriale di «Sella e Mosca» che ha acquisito dei vigneti e con tecnologia, esperti e macchinari italiani e sta producendo in Cina vini bianchi e rossi che stanno incontrando il favore dei consumatori.

LE IMPORTAZIONI DI PECHINO

PAESE	ANNO					VAR. %
	1999	2000	2001	2002	2003	
Totale di cui	34394	28272	23601	23297	33409	43%
Cile	848	1988	6063	9296	15770	70%
Francia	6831	4843	5310	5016	8100	61%
Australia	1066	702	834	1635	2689	64%
USA	1759	1908	1883	1440	1768	23%
Italia	5054	4442	3357	1577	1296	-18%
Argentina	73	185	509	1663	1195	-28%
Spagna	17873	13486	5027	1403	961	-32%
Germania	219	275	181	391	726	86%
Canada	41	122	163	222	260	17%
Sudafrica	178	45	66	74	161	118%
Altri	452	276	208	580	483	-17%

emerge un affermato Chardonnay. Great Wall - Grande Muraglia - è il vino cinese più conosciuto. Viene prodotto dal 1983 nelle vigne dell'Hebei, a sud di Pechino, ed ha un discreto successo internazionale in Estremo Oriente. I produttori vinicoli internazionali, però, guardano anche con l'interesse che merita quello smisurato mercato.

Una storia antica

La storia del vino, in Cina, è antichissima. Ma solo di recente, sulla scia delle riforme di Deng Xiao Ping, inaugurate nel 1978, e l'apertura del Paese al mondo esterno, la possibilità di poter contare su esperti e macchi-

nari stranieri ha fatto sì che venisse aumentata la qualità del vino prodotto localmente, e che si aprisse l'importazione ai vini stranieri. Il consumo di vino in Cina non appartiene alla tradizione alimentare del Paese e rimane perciò confinato ad una ristretta minoranza. I consumi denotano valori ancora bassi: 0,3 litri pro capite l'anno, contro i 58 in Italia ed i 7,5 nel mondo. I consumatori sono 8 milioni, rispetto ai 33 e 14 milioni che bevono rispettivamente birra e liquori. Il consumo di birra è stato nel 2003 di 25 milioni di tonnellate (vs 380.000 di vino), quello di vino di riso 1.500.000 tonnellate. Pur in questa situazione sfavorevole, negli ultimi anni, i consu-