

Titolo della tesi: Commercio del vino italiano in Cina

Studente: Chen Yao

Email: chenaonl@yahoo.it

Università degli studi di Padova

Facoltà di Scienze Politiche

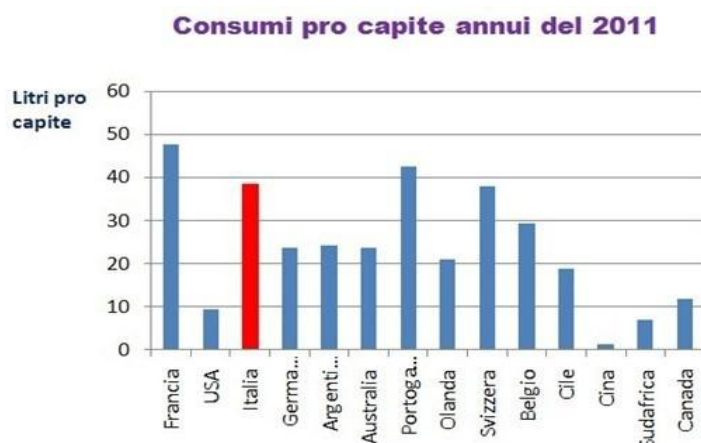
Corso di Laurea triennale in Economia Internazionale

Relatore della tesi: prof. Luca Corazzini

Il vino italiano aumenta le esportazioni nel mondo

Nel primo capitolo si tratta del profilo del vino italiano. L'Italia è un grande paese tradizionale che produce ed esporta un gran numero di vini verso vari paesi. I vini italiani in commercio possono essere classificati secondo una direttiva europea in due categorie principali: i vini da tavola e vini di qualità e i vini di qualità prodotti in regioni determinate. Si identificano come IGT, VQPRD, DOC, DOCG ecc.

L'Italia è uno dei paesi con grandi consumi di vino. L'Italia, la Francia, il

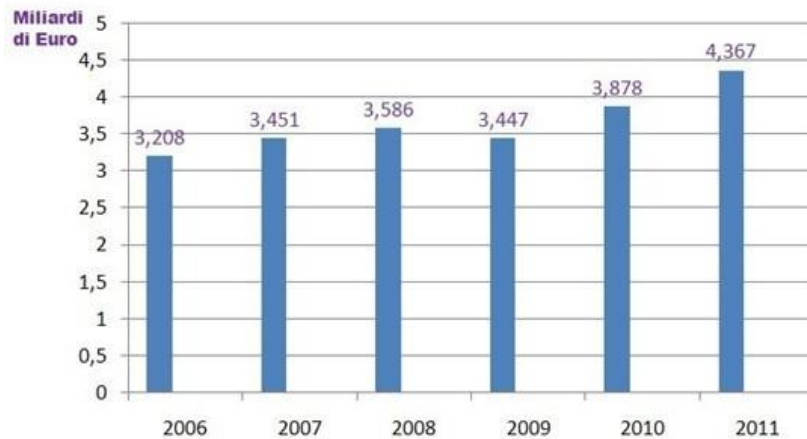


Portogallo e la Svizzera sono i paesi con i più alti consumi di vino rosso. All'Italia è attribuito il

12,3% del consumo totale globale.

Nel 2011, la esportazione del vino italiano ha superato 4,3 miliardi di euro, aumentando del 13% rispetto

Esportazione di vino italiano



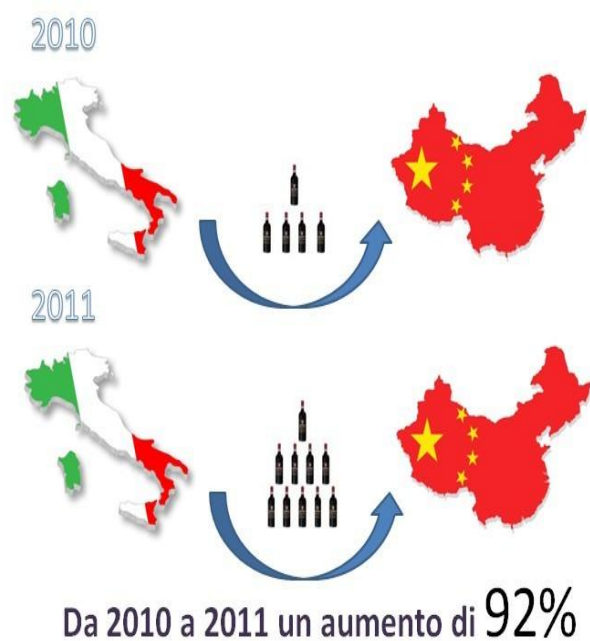
all'anno precedente, ha superato il record del tasso di crescita precedente. Il vino italiano viene esportato principalmente in Germania (919 milioni di euro), Stati Uniti (948 milioni) e Inghilterra (509 milioni). La domanda del vino italiano negli Stati Uniti è stata sempre crescente negli ultimi anni, il tasso di crescita del 2011 rispetto al 2010 è superiore al 10%.

Il vino italiano in Cina

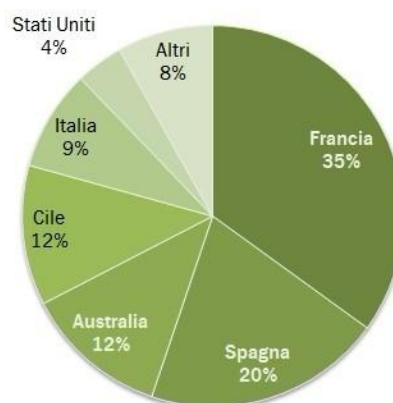
Il secondo capitolo della tesi è focalizzato sull'analisi del mercato cinese del vino e su come si comportano i vini italiani nel mercato cinese. Le preferenze dei consumatori, l'abitudine del consumo e i canali di vendita sono sempre i fattori importanti per analizzare profondamente il mercato locale, questi fattori influenzano le esportazioni del vino per il

mercato cinese da parte delle imprese italiane. Nella tesi vengono forniti molti dati sul commercio e consumo del vino in tre metropoli, Pechino, Shanghai, e Guangzhou.

Le importazioni di vino in Cina dal 2005 al 2011 sono aumentate circa 20 volte, a seguito dalla crescita dell'economia, dell'aumento degli stipendi e del cambiamento nello stile di vita. Gli esportatori principali sono la Francia, l'Australia, il Cile, la Spagna e



Import vino in Cina
quote di mercato a volume, 2011



l'Italia. Le importazioni di vino in Cina hanno raggiunto nel 2011 1 miliardo di Euro, con l'81% di aumento rispetto all'anno scorso. Dall'Italia, la Cina ha importato 65 milioni euro di

vino, con 92% di aumento rispetto al 2010. Questa statistica è un chiaro indice della grande potenzialità rappresentata dal mercato cinese per i vini italiani. La grande crescita del consumo di vino italiano in Cina dipende principalmente da 3 fattori particolari, il prezzo, la cultura del vino, e la qualità.

Negli ultimi anni di crisi, molte persone hanno perso il lavoro, ci sono sempre più diplomati e laureati che hanno difficoltà a trovare un lavoro, però la crisi nel mondo del lavoro sembra non esistere nel settore vitivinicolo: in questo settore, l'occupazione ha fatto registrare negli ultimi dieci anni un aumento del 50%; in Veneto, il settore vitivinicolo ha creato 60 mila posti di lavoro nel 2011; in Italia ci sono circa 1,2 milioni di lavoratori impiegati in enologia, che operano in 250 mila aziende, per un giro d'affari di circa 20 miliardi di euro. Quindi ci chiediamo: quali sono i problemi e i possibili miglioramenti per aiutare la commercializzazione del vino italiano in Cina?

L'ultimo capitolo della tesi fornisce informazioni e consigli di marketing (analisi completa di SWOT) agli esportatori italiani, al fine di migliorare il loro business, e alle imprese vitivinicole per entrare più efficacemente nel mercato cinese.