



07 Settembre 2016

Alibaba, al via Wine Festival in Cina con 500 etichette italiane

Con 50 cantine Italia secondo Paese straniero per numero vini

Roma, 7 set. (askanews) - Alibaba Group, venerdì 9 settembre, inaugurerà il "Tmall 9.9 Global Wine & Spirits Festival" (che in cinese si pronuncia "Jiu Jiu", omofono di "vino" e "nove"), con l'obiettivo di celebrare la crescente popolarità di vini e alcolici importati tra i consumatori cinesi, in modo particolare tra le giovani generazioni.

Oltre 100.000 tipologie di vini e alcolici internazionali provenienti da più 50 Paesi tra cui l'Italia che, con 50 cantine, tra cui Allegrini, Antinori, Bolla, Folonari, Frescobaldi, Mezzacorona, Planeta e Ruffino, e 500 etichette si posiziona al secondo posto per rappresentanza. Tra gli altri Paesi rinomati per la produzione di vino anche Francia, Spagna, Stati Uniti, Australia e Nuova Zelanda.

Rodrigo Cipriani Foresio, Managing Director di Alibaba Italia e Sud Europa, ha dichiarato: "siamo particolarmente orgogliosi del risultato raggiunto. Solo quattro mesi fa, quando annunciammo l'iniziativa dal palco di Vinitaly, due sole cantine italiane aveva lo store sulle nostre piattaforme, oggi si sono aggiunte quelle di Mezzacorona, G.I.V ed ISWA e l'Italia con 50 cantine e oltre 500 etichette, presenti in vario modo, è il secondo Paese più rappresentato nell'ambito di un grande evento come il Tmall 9.9. Numeri che confermano la nostra convinzione di come Alibaba possa fare molto per aiutare il vino italiano a crescere in Cina, aumentando la propria quota di mercato rispetto all'attuale del 6%, che non rende giustizia a un prodotto di qualità come quello che i nostri produttori sanno selezionare e offrire. Un obiettivo per cui abbiamo ancora una volta al nostro fianco ITA - Italian Trade Agency".

"Il mercato cinese rappresenta una grande opportunità per il vino italiano, che è in grado di imporsi non solo grazie al valore intrinseco del prodotto ma anche in relazione all'immagine del nostro Paese, in ultimo consolidando il rapporto tra Italia e Cina", ha dichiarato Marilisa Allegrini, titolare



insieme al fratello della Cantina Allegrini. "L'Italia - ha aggiunto - è esempio di un interessante modello di agricoltura basato sulla biodiversità e la produzione di vino lo rispecchia perfettamente. Per promuovere questa diversità, sette produttori di grande prestigio (Allegrini, Arnaldo Caprai, Feudi di San Gregorio, Fontanafredda, Frescobaldi, Planeta, Villa Sandi) provenienti da sette regioni con una importante tradizione vinicola, hanno dato vita a un consorzio. L'Italian Signature Wines Academy' (ISWA), che riunisce solo produttori che hanno alle spalle una grande storia familiare".

Secondo il "Global Wines and Spirits Consumption Report" realizzato da Tmall insieme a CBNDData, il 47% dei consumatori di vino in Cina hanno acquistato online vino rosso d'importazione. Dal 2013 al 2015, la piattaforma Tmall, ha quintuplicato il numero di acquirenti nella categoria di wine and spirits, raggiungendo più di 10 milioni di consumatori.

Per offrire massima visibilità e opportunità ai brand di entrare in contatto con i consumatori, Tmall ha lanciato una serie di innovative campagne marketing dal 1 settembre, come le aste live per etichette rare e in numero limitato.

