

7 Settembre 2016

Vino: con ecommerce Alibaba ora la Cina si lascia conquistare

Shanghai, Tmall 9.9 Global Wine & Spirits Festival: Jiu Jiu: vino e nove. Vini e alcolici da 50 Paesi tra cui l'Italia con 50 cantine e 500 etichette



Le aziende italiane sono sempre alla ricerca di nuovi mercati e la Cina è sempre stata vista come una Chimera per la sua vastità e l'alta potenzialità percepita di assorbimento di consumi.

Le aziende italiane che sono riuscite a penetrare nel mercato cinese sono molto poche; hanno sudato sette camicie, hanno investito un mare di risorse e continuano a farlo per mantenere le posizioni. Tutto da sole, a differenza della Francia che compatta, attraverso le istituzioni (... brava Sopexa) già da qualche decina di anni ha saputo creare una rete di contatti commerciali. Ora è più facile portare il nostro vino in Cina grazie al colosso dell'ecommerce cinese Alibaba.

Attenti però. Jack Ma, il fondatore, non è un benefattore, è tra i più ricchi imprenditori cinesi (il 2°, se non già il 1°) e, se ha fatto il "missionario"

venendo in Europa, è solo per rendersi conto di persona di quanto può rendere il vino italiano in Cina.

Ha fatto anche un po' di shopping. Nella regione di Bordeaux ha comprato un castello del XVIII secolo con 85 ettari di vigneto che producono 6 milioni di bottiglie.

Farà la stessa cosa in Italia ma non si accontenterà di qualche ettaro. In ogni caso venderà il vino che deciderà lui e prenderà il controllo dei brand migliori e più redditizi.

Marco Polo, Matteo Ricci... fecero conoscere i primi segni di cultura occidentale.

I Cinesi l'hanno sognata per cinque secoli; ora possono conquistarla, comprandola. Una conquista senza armi e senza malavita apparente; continua e silente è già presente capillarmente in ogni città, paese, borgata del "nostro" Paese, ... ma ancora per quanto? .

Il sottoscritto è convinto che, in un futuro non molto lontano, Milano sarà l'ufficio centrale degli affari cinesi per tutto l'occidente. L'Italia tutta, una specie di colonia cinese in Europa, come un grande parco strapieno di cultura e di occidentalità. Sventolerà ancora il Tricolore ma nei consigli di Amministrazione dei centri di potere ci saranno sempre più alacri formichine con gli occhi a mandorla

Giuseppe Danielli

Direttore e Fondatore

Newsfood.com

Di seguito il comunicato stampa Alibaba Group relativo al 9.9 Wine Festival che verrà inaugurato il 9 settembre e che vedrà più di 500 etichette italiane presenti sulle piattaforme del Gruppo.

Alibaba inaugura il 9.9 Wine Festival portando in Cina 50 aziende vinicole e più di 500 etichette italiane.

L'Italia diventa così il secondo Paese straniero per numero di vini presenti

oltre 100.000 tipologie di vini e alcolici provenienti da più di 50 Paesi saranno sul mercato per centinaia di milioni di consumatori cinesi

Shanghai, China – Milano, Italia, 7 settembre 2016 – Alibaba Group (NYSE:BABA) annuncia che il 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, impegnata ad amplificare e supportare i nostri sforzi organizzando per il pubblico locale una presentazione e un wine tasting a Shanghai con l'importante presenza, al fianco del Presidente Michele Scannavini, anche del Sottosegretario al Ministero dello Sviluppo Economico con delega all'internazionalizzazione, Ivan Scalfarotto, e dell'Ambasciatore italiano a Pechino Ettore Sequi che ringrazio”.

“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 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. L'associazione è entusiasta dell'evento del 9/9 che celebra il nostro incontro coi consumatori cinesi attraverso Alibaba. Italian Signature Wines Academy confida che in molti saranno desiderosi di conoscere i nostri vini, la nostra cucina, la storia e l'arte meravigliosa che caratterizzano il nostro Paese”, ha concluso Marilisa Allegrini.

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. Inoltre, il report ha evidenziato un aumento della popolarità dei vini importati tra i ventenni e nelle città minori.

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. Un centinaio di esperti di vino a livello mondiale, tra cui Jean-Luc Thunevin, rivoluzionario del vino famoso per il suo approccio moderno alla produzione nonché fondatore di Château Valandraud, e James Suckling, rinomato critico americano e già Direttore dello European Bureau di Wine Spectator, condivideranno in video live i propri pareri sui vini attraverso le app di Tmall e Taobao per i consumatori cinesi.

Grazie alle capacità di analisi dei dati di Alibaba, il sito mobile del Tmall 9.9 Global Wine and Spirits Festival fornirà elementi personalizzati per gli utenti sulle app di Tmall e Taobao.

Il Tmall 9.9 Global Wines and Spirits Festival non è solo un evento online, ma circa 5.000 bar a pub parteciperanno offrendo assaggi gratuiti e altri servizi ai consumatori in Cina.

