



9 Settembre 2016

ALIBABA WINE FESTIVAL, IN CINA 50 AZIENDE ITALIANE

Con 500 etichette l'Italia è il secondo Paese straniero per numero di vini al "Tmall 9.9 Global Wine & Spirits Festival"



Alibaba inaugura oggi 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 particolare tra le giovani generazioni. Oltre 100mila 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. **“Siamo particolarmente orgogliosi del risultato raggiunto. Alibaba può fare molto per aiutare il vino italiano a crescere in Cina, aumentando la propria quota di mercato rispetto all’attuale del 6%.** Un obiettivo per cui abbiamo ancora una volta al nostro fianco ITA – Italian Trade Agency, impegnata ad amplificare i nostri sforzi organizzando per il pubblico locale una presentazione e un wine tasting a Shanghai”, ha dichiarato **Rodrigo Cipriani Foresio, Managing Director di Alibaba Italia e Sud Europa.**

ISWA, INSIEME PER LA BIODIVERSITA’ – “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”, 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 – ha sottolineato la Allegrini – sette produttori di grande prestigio (**Allegrini, Arnaldo Caprai, Feudi di San Gregorio, Fontanafredda, Frescobaldi, Planeta, Villa Sandi**) provenienti da sette regioni con un’importante tradizione vinicola, hanno dato vita a un consorzio, l’**“Italian Signature Wines Academy” (ISWA)**”.

IL SENSO DEI CINESI PER IL VINO – Secondo il **“Global Wines and Spirits Consumption Report”** realizzato da **Tmall** insieme a **CBNData**, **il 47% dei consumatori di vino in Cina ha acquistato online vino rosso d’importazione.** Per offrire massima visibilità e opportunità ai brand di entrare in contatto con i consumatori, Tmall ha lanciato una serie di innovative campagne marketing, come le **aste live** per etichette rare e in numero limitato. **Il Tmall 9.9 Global Wines and Spirits Festival non è solo un evento online: circa 5mila bar a pub partecipano all’iniziativa offrendo assaggi gratuiti e altri servizi ai consumatori in Cina.**