

Firenze - 27-07-2016

DOPO L'APPRODO DI MEZZACORONA, LA "COLONIA" DELL'ITALIA ENOICA SU ALIBABA, IL GIGANTE ASIATICO DELLE VENDITE ONLINE, SI ARRICCHISCE DI NUOVI PROTAGONISTI: IN ARRIVO GIV, ISWA E "VINO75", ENOTECA ONLINE CHE VANTA 1.600 ETICHETTE DI 600 PRODUTTORI

Alibaba, il gigante asiatico delle vendite online, ha promesso di aprire le porte del mercato cinese al vino italiano, almeno di quello online, sempre più importante sotto la Grande Muraglia (nel 2015 le vendite online hanno generato un controvalore di 610 miliardi di euro, l'11,5% di tutto il commercio cinese, ndr), e particolarmente strategico per i produttori del Belpaese che, nel 2015, hanno spedito verso Pechino appena 91 milioni di euro di vino, contro gli 813 della Francia, primo esportatore enoico sul mercato del Dragone.

Il primo passo, aspettando il 9 settembre, con il "9/9", il "wine festival" virtuale che animerà il sito di Alibaba, quando il vino italiano sarà il protagonista assoluto della piattaforma, è arrivato con lo sbarco del primo flagship store tricolore, quello del big della cooperazione trentina Mezzacorona. Una strada che, adesso, viene percorsa anche da altri due player di rilievo del panorama enoico italiano: Giv - Gruppo Italiano Vini, che controlla brand come Nino Negri, Tenimenti Ca' Bianca, Santi, Bolla, Folonari, Lamberti, Turà, Conti d'Arco, Conti Formentini, Cavicchioli, Machiavelli, Melini, Serristori, Bigi, Fontana Candida, Re Mafredi, Castello Monaci e Tenuta Rapitalà, e Iswa - Italian Signature Wine Academy, che riunisce sette cantine top del Belpaese, da Allegrini ad Arnaldo Caprai, da Feudi di San Gregorio a Fontanafredda, da Frescobaldi a Planeta, a Villa Sandi.

Ma non finisce qui, perché, come aveva annunciato a WineNews il presidente di Alibaba, J. Michael Evans, "uno dei grandi misteri, e uno dei punti di forza, del vino italiano sono quei produttori che non tutti conoscono. È questa la cosa più piacevole del vino italiano". E infatti, anche le aziende più piccole avranno il loro spazio, grazie all'accordo siglato con "VINO75.com", e-shop tra i più importanti del Paese, con più di 1.600 etichette di vino di oltre 600 produttori. È la prima azienda italiana di e-commerce ad aver concluso un accordo con TMall Direct, piattaforma online del colosso cinese Alibaba. TMall - come si legge in un comunicato dell'azienda - ha acquistato da "VINO75" un primo assortimento rappresentativo della migliore qualità italiana del vino. Le aziende vitivinicole selezionate avranno la possibilità di vedere i propri prodotti affacciarsi su uno dei più grandi mercati mondiali, nell'evento sul vino del 9 settembre annunciato dal presidente di Alibaba Jack Ma, insieme al Presidente del Consiglio Matteo Renzi, a Vinitaly 2016.

"Stiamo lavorando per rappresentare il vino italiano nel mercato cinese online - spiega Andrea Nardi Dei, ceo "VINO75", ma ad oggi il nostro vino rappresenta solo il 6% della totalità commercializzata online in Cina, una percentuale bassissima se confrontata con quella dei nostri cugini francesi, che rappresenta attualmente il 55%. Il mercato potenziale è enorme e siamo fiduciosi di riuscire a colmare in poco tempo questo gap, grazie anche alla prossima apertura di un flagship store sulle piattaforme Alibaba a marchio "VINO75", che rappresenterà il punto d'incontro tra il mercato cinese e il meglio della viticoltura italiana".

Contatti: info@winenews.it

Seguici anche su Twitter: [@WineNewsIt](https://twitter.com/WineNewsIt)

Questo articolo è tratto dall'archivio di WineNews - Tutti i diritti riservati - Copyright © 2000/2016
