

## “I LOVE ITALIAN WINES” IN CINA

ROMA\ aise\ - Ritorna a Pechino la 19<sup>o</sup> edizione del corso “ITALian Wine & Spirit” che nel 2018 ha già toccato le città di Pechino, Shanghai, Canton, Chengdu, Shenzhen, Xi’an, Nanning, Changsha, Wuhan, Tianjin, Qingdao, Wenzhou e Zhengzhou formando più di 660 promotori cinesi del vino italiano nella “Terra di Mezzo”. Il corso, progettato e realizzato dall’Agenzia ICE di Pechino in collaborazione con la Rete ICE in Cina e che vede la collaborazione di Federvini, Unione Italiana Vini e Federdoc, si svolgerà dal 15 al 17 Giugno a Pechino per poi proseguire a Zhengzhou dal 17 al 19 Giugno, dal 18 al 20 a Xi’an e quindi concludersi dal 20 al 22 a Canton. Diventeranno così più di 660 i promotori cinesi formati da ICE Agenzia con l’investimento promozionale finanziato dal MISE e selezionati tra importatori, distributori, canale HORECA, wine retailers incluso GDO e Media e KOL (Key Opinion Leaders). A Pechino e Canton – spiega l’Ice – i corsi saranno seguiti dagli eventi di comunicazione offline2online “I love ITALian wines” che rilanceranno sulle piattaforme web cinesi anche attraverso main blogger e loro live streaming, il messaggio di “Italia primo paese produttore al mondo di vino e quello con la più ampia varietà di vitigni”. Con questi eventi e la diffusione sui canali cinesi del video “Italian wines: taste the passion”, che gira già da oltre 8 mesi sui principali network digitali della “Terra di Mezzo” e sugli smartphone di una clientela ben individuata, saranno già stati raggiunti oltre 300 milioni di punti di contatto in Cina, il 75% in modalità digital. “Siamo sulla buona strada”, commenta Amedeo Scarpa, Direttore di ICE Pechino e coordinatore della rete ICE in Cina, “siamo saliti al quarto posto tra i fornitori e dopo l’ottima performance del 2017 (più 22 % in valore), anche il 2018 ha registrato una buona tenuta dei nostri esportatori che, in un contesto generale di raffreddamento della domanda cinese di vino importato registrato soprattutto nell’ultimo periodo dell’anno, hanno fatto meglio dei restanti concorrenti europei. A conferma della efficacia dell’azione promozionale multi-level che MISE e ICE hanno messo in campo. Ma siamo solo all’inizio”. “I margini di questo grande mercato – aggiunge Scarpa – sono ancora tutti da cogliere e dobbiamo recuperare decenni di ritardo con cui ci siamo mossi nella “Terra di Mezzo”. Siamo partiti dal diffondere la consapevolezza presso il consumatore cinese che anche Italian wine è una espressione di Italian lifestyle (abbiamo raggiunto 300 milioni di punti di contatto qui in Cina con la campagna Italian wine: taste the passion) e formando e diplomando oltre 660 professionisti cinesi (importatori, distributori, wine retailers e gdo, k.o.l.) che sono i nuovi “promotori” del vino italiano in Cina, (18 corsi realizzati nelle città di prima e seconda fascia nell’arco degli ultimi due anni). Una community prima inesistente”. Quest’anno, come già a giugno dello scorso anno, gli eventi e corsi di ICE si incastrano con la seconda edizione, nelle stesse 4 città nelle stesse location, del Vinitaly China Roadshow, realizzato da Verona Fiere e pure partecipato da MISE ed ICE. Una giornata in ciascuna delle 4 città di b2b meetings e walkaround testing che riguarderà 55 cantine, per circa 500 referenze di vini in assaggio e coinvolgerà oltre 1000 operatori professionali cinesi. In verticale, i corsi di ICE quest’anno poi realizzeranno un approfondimento a favore del “Consorzio Sicilia DOC” con masterclass dedicate in stretta collaborazione con il relativo Consorzio di Tutela. Agli eventi partecipano anche l’Ambasciata d’Italia a Pechino e il Consolato Generale di Canton. (aise)