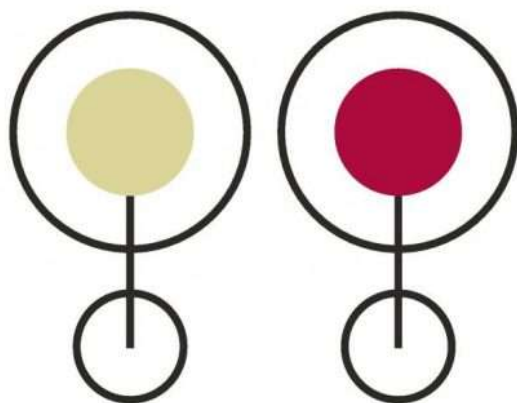


Italia del Vino in Cina: a Shanghai e a Pechino due grandi eventi per Italia del Vino-Consorzio

scritto da Redazione Wine Meridian | 20 Settembre 2017



ITALIA DEL VINO

Ottimo rapporto qualità/prezzo; grande protagonismo nei vini rossi; interessanti possibilità per le bollicine; grande attrazione dell'Italia come meta turistica, luogo di fascino e leadership nella ristorazione europea nell'ex Impero Celeste: questi i punti di forza del vino italiano in Cina. Con una sola debolezza: la grande complessità e varietà della nostra produzione vitivinicola che continua ad essere ancora difficile da "leggere" per il consumatore medio.

Proseguendo in un'opera di promozione e divulgazione che dura da otto anni, Italia del Vino-Consorzio presenterà, a fine settembre, a Shanghai ed a Pechino il meglio della produzione

nazionale in due distinti momenti guidati dai migliori professionisti cinesi del mondo del vino.

Il primo rivolto al trade ed il secondo, un grand tasting, riservato a giornalisti ed influencers ideato in una formula innovativa, che unisce al vino altri simboli del made-in-Italy d'eccellenza quali la moda, la cucina e la produzione automobilistica sportiva.

A collaborare in questo progetto, Italia del Vino-Consortio ha chiamato una delle più prestigiose agenzie internazionali di comunicazione e marketing specializzate nell'agroalimentare: Sopexa che con le sue 27 sedi copre 63 paesi in tutto il mondo.

Sopexa China, in particolare, è operativa dal 1998 e opera su Pechino, Shanghai, Guangzhou e Hong Kong con un database di oltre dieci mila importatori e distributori e oltre venti mila consumatori.

Nel 2017 la Cina si conferma uno dei mercati più interessanti del mondo per le importazioni di vino. E' ormai una delle destinazioni mondiali che nel 2016 si poteva quantificare in 2.1 miliardi di euro per valore e 6.3 milioni di ettolitri di vino importato.

Nel passato esercizio, la crescita del vino italiano è stata del 35%, la più alta registrata fra i grandi paesi produttori di vino come Spagna, Australia, Francia e Cile che dominano il mercato cinese. Un mercato in cui Italia del Vino ha sempre creduto. Questo infatti è solo uno dei tanti progetti con cui il Consortio vuole promuovere la conoscenza del comparto enologico nazionale e i valori più profondi dell'Italian lifestyle: uno stile esclusivo e inimitabile basato sull'autenticità, sull'eleganza e soprattutto sull'unicità.