

Brevi

La Cina delle opportunità e il progetto Top Italian Wine & Spirit Course

di: Redazione

26 novembre 2016



“La Cina è un Paese che offre grandi opportunità per il comparto vitivinicolo italiano, in quanto registra tassi tra i più alti nel mondo sia di incremento dei consumi che delle importazioni. Da qui, l’impegno di Unione Italiana Vini, insieme al Ministero dello Sviluppo Economico, ICE ed Enoteca Italiana, nel progetto “Top Italian Wine & Spirit Course”, il cui obiettivo è stato quello di formare 80 operatori cinesi attraverso i quali promuovere la conoscenza del vino italiano in Cina. Abbiamo premiato con un diploma gli appassionati e competenti professionisti che hanno approfondito le tradizioni, la storia e la geografia dell’enologia italiana. A tutti loro – sommelier, giornalisti ed influencer – i produttori italiani hanno affidato, simbolicamente, un messaggio di qualità e cultura territoriale, promuovendoli quali ambasciatori della nostra migliore tradizione produttiva”.

Con queste parole Antonio Rallo, Presidente di Unione Italiana Vini, è intervenuto a Pechino alla cerimonia conclusiva del progetto *Top Italian Wine & Spirit Course*, che si è inserito nell'altrettanto importante iniziativa della *"Prima settimana della cucina italiana nel mondo"*, organizzata da MAECI, MISE e MIPAAF e alla quale UIV ha deciso di non mancare. Durante la serata, il Presidente Rallo, **l'Ambasciatore italiano a Pechino Ettore Sequi e l'amministratore dell'Enoteca Italiana Egidio Bianchi**, hanno consegnato, alla presenza di illustri rappresentanti delle Istituzioni cinesi e italiane, i diplomi agli 80 partecipanti dei corsi frequentati sia in Italia che in Cina.

"Il progetto Top Italian Wine & Spirit Course, – conclude il Presidente Rallo – è il risultato di una strategia di 'Sistema' che sta dando i suoi primi frutti e che punta a diffondere la conoscenza dell'Italia come Paese del vino. Le attività di comunicazione e formazione realizzate, sono fondamentali per accrescere in modo efficace il valore del nostro vino nel vasto mercato cinese, e supportarne le vendite. Le esportazioni dei vini italiani sono cresciute nei primi otto mesi di quest'anno. Un trend che dobbiamo consolidare, rafforzando l'impegno promozionale del nostro Paese con azioni sistemiche che vedano insieme imprese ed Istituzioni, come sperimentato con questo progetto".

Progetto "Top Italian Wine & Spirit Courses": obiettivo primario è la formazione di ambasciatori del vino italiano in Cina.

Il progetto è costituito di tre parti:

1) la prima parte, terminata in ottobre 2015, prevedeva la sezione dedicata agli incoming, rivolta ad operatori del settore vitivinicolo cinese. In tutti gli incoming, i delegati cinesi (professionisti del comparto, settore comunicazione e media, settore istruzione professionalizzante) sono stati accompagnati da interprete italiano/cinese. I contenuti della formazione sono stati identici nei tre incoming, con lo scopo di fornire materiale didattico e sussidiario alla conoscenza ed approfondimento di tutto il patrimonio vitivinicolo italiano. Le degustazioni hanno invece permesso di 'scendere' nella regionalità e tipicità dei territori visitati.

2) la seconda parte è terminata nel mese di ottobre 2016, e prevedeva la formazione in Cina: i corsi, realizzati nelle aree di **Chengdu, Shanghai, Canton e Pechino**, miravano a incrementare il livello di conoscenza del consumatore cinese ancora non adeguatamente consapevole della varietà e qualità dell'offerta vinicola italiana, ma in particolar modo intende costruire un modulo didattico (ripetibile e declinabile in base alle esigenze dei delegati ambasciatori/formatori), dedicato essenzialmente all'abbinamento dei vini italiani ai principali cibi cinesi.

Questi primi due percorsi si concludono con la serata di premiazione a Pechino dove il Presidente UIV Antonio Rallo ha consegnato agli 80 partecipanti un diploma con valore effettivo alla presenza di istituzioni cinesi e dell'Ambasciatore italiano a Pechino.

3) la terza fase consta nella realizzazione di un portale internet in lingua cinese, italiana ed inglese volto alla promozione del vino italiano. La società selezionata alla realizzazione dello stesso ha inviato ad ICE la proposta progettuale che prevede in home page i contatti dei partner del progetto e cinque aree differenziate nei contenuti. In particolare, un'area conterrà al suo interno l'elenco delle aziende italiane che parteciperanno al progetto. Le singole aziende potranno essere ricercate attraverso i seguenti filtri:

- Geolocalizzazione
- Brand
- Tipologia vino
- Vitigno
- Alfabetico nome

e avranno a disposizione dei "mini siti".

Questo portale vuole rappresentare uno strumento di comunicazione che dovrà essere inserito all'interno di una strategia di digital marketing messa a punto con specialisti del settore, nell'ambito di un più ampio progetto di comunicazione del vino in Cina, al momento in fase di definizione (*il portale è ancora in fase di realizzazione*).

