

Da Vinitaly una piattaforma multicanale per la Cina



È «**Wine To Asia**» la nuova piattaforma multicanale di Veronafiere, creata attraverso una newco con **partner unico la Shenzhen Taoshow Culture & Media**, società che fa parte della Pacco Communication Group Ltd con **sede a Shenzhen** e attiva anche a Beijing, Chengdu, Xi'an e Shanghai.

L'iniziativa, in programma nel 2020, è stata presentata oggi nella giornata conclusiva del 53° Vinitaly.

«Shenzhen ha il più alto tasso di crescita economica in Cina negli ultimi venti anni e sono presenti il 30% degli importatori totali di vino» sottolinea **Giovanni Mantovani**, direttore generale di Veronafiere. «Inoltre, è la terza città per importanza economica dopo Pechino e Shanghai ed è considerata la città dell'innovazione e della comunicazione digitale. **Vinitaly è il brand forte del vino italiano in Cina**, un marchio riconosciuto su cui stiamo costruendo un modello di stile tutto italiano di promozione in Asia. L'evento è b2b, prevede nella fase di start up la presenza di 400 espositori e si configura fin da subito con un respiro internazionale».

«Il Far East – ha spiegato il presidente di Veronafiere **Maurizio Danese** – è un'area da presidiare costantemente e per la quale **abbiamo creato un'iniziativa permanente**, come previsto dal nostro piano industriale, dopo oltre vent'anni di attività continuativa».