

Il vino italiano in Cina nel segno di Vinitaly



L'Italia del vino chiude il 2018 in Cina con un valore delle vendite a 142,3 milioni di euro ed è il **quinto Paese fornitore** con una crescita del prezzo medio del 3,1%.

A rilevare il dato, con un -0,2% rispetto al 2017, è l'Osservatorio Vinitaly-Nomisma wine monitor n occasione di **Vinitaly China Chengdu** (17-20 marzo) e nell'ambito dell'International Wine and Spirit Show di Chengdu, la più antica fiera cinese dedicata al vino e agli alcolici alla quale partecipano oltre **200 cantine italiane e 60 espositori uniti sotto il marchio di Vinitaly**.

Dal report economico emerge in particolare che **la Cina**, a livello mondiale, ha acquistato vino per un valore complessivo di oltre 2,4 miliardi di euro ed **è ormai a un passo dalla top 3 dei buyer mondiali** (Usa, Regno Unito e Germania).

Leader di mercato in Cina, sebbene in calo (-7,2%), è sempre la **Francia** (903 milioni di euro), seguita da **Australia** (660 milioni di euro) e **Cile**, in rimonta anche grazie al favorevole regime dei dazi. L'Italia è preceduta anche dalla Spagna.

Vinitaly – commenta il direttore generale di Veronafiere Giovanni Mantovani – **è il brand forte del vino italiano in Cina**, un marchio riconosciuto su cui stiamo costruendo un modello tutto italiano di promozione in Asia».

exp«Il vino del Balpaese – aggiunge Mantovani – ha bisogno di incrementare la propria posizione in un mercato in cui la domanda è cresciuta del 106% negli ultimi 5 anni, esattamente 89 volte più di quello tedesco».