

Proposta di intervento promozionale di vini Umbri sul mercato Cinese

Wine Song Ltd, Wuhan
Johannes Keizer, Consultancies, Orvieto
2019-01-17

L'unico mercato del vino in crescita è il mercato Cinese. Per il vino Italiano la crescita ha due dimensioni: partecipare alla crescita complessiva della vendita di vino e riprendere spazio nel mercato esistente, dove l'Italia è solo quinta dopo la Francia, l'Australia, il Cile e la Spagna. La debolezza del vino Italiano, la sua varietà e la molteplicità di vini diversi è anche la sua forza; in forza di ciò, abbiamo coniato il motto: "c'è un vino Italiano per ogni cibo cinese". Il mercato è tuttavia molto competitivo e senza una promozione mirata e continua non si può primeggiare sopra la concorrenza.

Io sono Umbro per scelta, ho ufficio a Orvieto e collaboro con una agenzia in Cina che ha licenza di importatore (vedi "Gli agenti del progetto") e ha già importato vini dall'Umbria. Dal 2019 abbiamo deciso di fare una promozione sistematica, offrendo, in questa prima fase, due pacchetti descritti qui di seguito.

Saremmo lieti di collaborare con le cantine che vogliono conquistare il mercato Cinese.

Siamo disponibili per incontrare i responsabili delle cantine Umbre per offrire ulteriori delucidazioni.

email: johannes.keizer@gmail.com

tel: 3665010443

wechat: johannesk55

Package 1 : Promozione per un anno di un vino

- Presentazione del vino sul online shop del MingleClub della Winesong (Weixin¹ e Taobao)
- 6 dedicated tasting events in 3 città diverse con almeno 15 professionisti del settore

¹ Weixin, conosciuta in Italia come Wechat, è l'applicazione più popolare in Cina. Essa riassume in sé le caratteristiche di WhatsApp, Facebook, delle applicazioni di pagamento digitale e di molte altre ancora.

- pop up shops/bars collegati ai tasting events for micro sales
- Una pagina Weixin
- Articolo in Web Magazin (www.toutiao.com)
- Una scheda del vino in Cinese per il sito Web della cantina

Impatto: Presentazione del vino in modo diretto a retailers ed importers in modo continuativo. Creazione di un'immagine del vino sul mercato online. Buona possibilità di un follow up order

Business Model: La cantina fornisce 350 bottiglie del vino specifico e paga le spese dell'esportazione. WineSong fa la promozione senza chiedere compenso

Procedere tecnico: La cantina e WineSong stipulano un contratto di promozione. L'ammontare del contratto è il prezzo ex cantina del vino più le spese di importazione. Nel contratto WineSong si obbliga ad importare le 350 bottiglie per il prezzo stipulato nel contratto

Esempio di costi: Prezzo vino ex cantina: 5 €. L'ammontare del contratto di promozione è di 2.625 €, 1750 € per il vino e 875 € per le spese di Importazione (trasporto, dazi, tasse) WineSong importa il vino per 1750 €. Cash cost per la cantina/vino 875 €

Package 2: Presentazione di Cantine e Vini su Interwine (Giugno o/e Novembre 2019)

- Booth di 10 mq con personale ad Interwine Guangzhou per 3 giorni
- Masterclass su cantine e degustazione vini di 90 minuti con ca. 70 operatori

Impatto: Presentazione del vino ad una fiera con migliaia di visitatori professionisti. Presentazione diretta dei vini a 70 operatori durante la master class. Buona possibilità di un follow up order

Business Model: La/e cantina/e paga Interwine per il servizio di booth e masterclass. WineSong e Johannes Keizern Consultancies organizzano stand e masterclass senza chiedere compenso

Procedere tecnico: La/e cantina/e comprano i servizi di Interwine. Johannes Keizer, consultancies organizza la spedizione dei campioni e la presentazione sulla fiera

Esempio di costi: Booth and Masterclass: 7.200 €. Spedizione di 250 bottiglie di vino (10 Etichette): 4.500€, Somma: 11.700 €. Presentando 10 vini, il costo per vino è di 1.170 €

Combinando i package 1 e package 2 il costo del package 2 diminuisce di 450€/vino, perchè non vi è necessità di spedire i campioni per la fiera

Gli agenti del progetto:

Wine Song Ltd, Wuhan: Wine Song Ltd è una Lifestyle Agency ("MingleClub") e lavora come agenzia promozionale ed importatore di vino (Italiano). Wine Song Ltd vende servizi di promozione in Cina, vende vino a retailers e consumers e organizza Co-Import di vini per consumers e retailers. La CEO di Wine Song è stata marketing director di Interwine e contribuisce a piattaforme internet sul vino, ad esempio:

<https://mp.weixin.qq.com/s/wgieCZwSsfeTdiuYWdwh6w> (sull'Orvieto classico)

Interwine, Guangzhou: Interwine (<http://www.interwine.org/>) è una delle più grandi agenzie di promozione del vino in Cina. Organizza 2 volte l'anno Interwine Cina a Guangzhou (Canton) oltre ad altre fiere, roadshow e servizi vari, curando inoltre la vendita di questi servizi.

Johannes Keizer, consultancies. Con più di 15 anni di esperienza di collaborazioni con la Cina, *Johannes Keizer, consultancies* ha come Business Goal la promozione della regione Umbria e in special modo del suo vino in Cina. Offre servizi di intermediazione fra ditte Cinesi e Italiane.

Rappresenta WineSong (<http://www.winesong.biz/services>) in Italia .