L'ingresso su Alibaba di Caffè Milani

il-primo-caffe-milani-shops-73ce8cb0

Dal prossimo gennaio Caffè Milani fa il suo ingresso su Alibaba, il più grande e-commerce al mondo, che con la sua piattaforma BtoB mette in contatto 18 milioni di buyer in 190 Paesi. Un passo reso necessario dal venire meno di fiere ed eventi a livello mondiale, e dal desiderio di dare il via a nuovi interscambi commerciali, al cui interno la piattaforma cinese è prima al mondo, con un fatturato nell'anno fiscale 2020 di un trilione di dollari.

«Abbiamo deciso di fare in nostro ingresso in Alibaba perché desideriamo fare conoscere la nostra realtà e i nostri prodotti a un mercato BtoB con buyer attenti alla qualità e interessati a concetti di esclusività, personalizzazione e al made in Italy, che la nostra azienda può offrire» - dichiara **Pierluigi Milani**, titolare della Torrefazione di Lipomo.

Sulla piattaforma Milani avrà un proprio sito con la storia aziendale, la sua produzione e i prodotti suddivisi in 5 macro-aree: Caffè in grani (miscele), Caffè macinato (monorigini e miscele), Caffè in capsule compatibili Nespresso (monorigini e miscele), Caffè in capsule Espresso System Milani (monorigini e miscele), Cialde (monorigini e miscele).

Tra Taiwan e Hong Kong

Frattanto il mercato delle caffetterie nell'Asia orientale cresce, nonostante le difficoltà legate al Covid. I tre mercati più grandi, Corea del Sud, Cina e Giappone hanno registrato una crescita rispettivamente dell'8,3%, 2,9% e 2,3% (dato Allegra-2020). Oggi la Cina è al 17° posto tra i Paesi consumatori di caffè e negli ultimi 10 anni è cresciuta in media del 16%, contro il 2% mondiale (dato Ico). La forza trainante sono soprattutto i giovani abituati a viaggiare che, di ritorno dagli studi o da viaggi d'affari all'estero, portano con sé la nuova abitudine di bere caffè al bar; una consuetudine che si sta diffondendo nella classe media. Nel mondo del caffè dei Paesi orientali il made in Italy è particolarmente ricercato e la scelta ricade su brand con una forte tradizione, serietà e qualità dei prodotti come Caffè Milani, che ha visto l'apertura a Taiwan e Hong Kong dei primi punti vendita della catena Caffè Milani shops e a breve quello del Giovanni Pina's cake shops, al cui interno protagonisti della caffetteria sono i prodotti della Torrefazione di Lipomo. Come sempre all'avanguardia Caffè

Milani ha aperto un nuovo capitolo della propria strategia commerciale dedicato alla Cina, che segue con l’attenzione e l’agilità richieste dal più grande mercato in crescita nel mondo.