Gelati e sorbetti Tonitto approdano sul colosso asiatico Alibaba

shanghai-tonitt01939v4-e520f0b3

I gelati e i sorbetti di Tonitto sbarcano su Alibaba, la famosa piattaforma di e-commerce cinese. L'azienda ligure produttrice di gelati e n°1 in Italia per il Sorbetto, ha stretto un accordo con il colosso asiatico fondato da Jack Ma, inaugurando la propria vetrina dove sarà possibile acquistare l'intera gamma dei prodotti genovesi.

Grazie al supporto dell'ICE, l'agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, Tonitto 1939 è inoltre presente su Alibaba come Global Gold Supplier (GGS): si tratta del miglior status di partnership possibile che permette di ottimizzare le opportunità di business e massimizzare le vendite. Su Alibaba.com, piattaforma che dà visibilità a oltre 18 milioni di buyer suddivisi in circa 190 Paesi del Mondo,più dell'85% degli acquirenti vuole infatti effettuare transazioni solo con partner Global Gold Supplier. Con questo accordo dedicato al B2B, il business-to-business, Tonitto 1939 punta così a rafforzare la propria presenza sul mercato asiatico e in particolare quello cinese, in cui è presente con i propri prodotti dai primi mesi del 2020, in particolare nei ristoranti, centri commerciali, spazi espositivi e hotels dell'Oriental Pearl Tower di Shanghai, la quarta più alta torre d'Asia e la quarta più alta torre delle telecomunicazioni al mondo.

«Entrare in un colosso come Alibaba per noi è una grande opportunità - racconta **Luca Dovo**, AD di Tonitto 1939. *Significa infatti consolidare il nostro percorso di internazionalizzazione e digitalizzazione, ma soprattutto la nostra presenza sul mercato asiatico. La*

volontà è quella di far conoscere ulteriormente i nostri prodotti e la nostra realtà italiana attraverso una piattaforma dedicata al settore digital B2B, composto da buyer attenti sia alla qualità delle materie prime sia al Made in Italy, da sempre i nostri marchi di fabbrica».

La Cina è il secondo Paese al Mondo per consumo di gelato, alle spalle degli Stati Uniti, con un giro di affari che si assesta sui 9,5 milioni di dollari in costante crescita negli ultimi anni. Inoltre, come riportato da Coldiretti, nei primi mesi del 2021 l'export verso la Cina legato al settore alimentare ha fatto segnare un +19,4%, dato incoraggiante nonostante l'impatto Covid che indica una ripresa importante dell'intero settore. Il comparto cinese si conferma dunque strategico per Tonitto 1939, che da sempre considera il mondo dell'export una delle chiavi per il successo aziendale ed è presente in oltre 30 Paesi, tra cui Cina, Russia, Belgio, Portogallo e Irlanda: le esportazioni rappresentano infatti il 40% dell'intero fatturato dell'azienda della famiglia Dovo e sono centrali nel piano strategico quadriennale che terminerà a cavallo tra il 2023 e il 2024 e dovrà portare al raddoppio del fatturato, arrivando a circa 16 milioni di euro.

«Alibaba, in assenza di strumenti di promozione standard come quelli fieristici, è uno strumento digitale che si colloca in quell'ottica di potenziamento e crescita del nostro marchio- spiega **Alberto Piscioneri**, Sales & Marketing Director di Tonitto 1939. *Si tratta dunque di una partnership fondamentale per il nostro obiettivo di consolidamento nel Mondo visto che la Cina e i mercati asiatici continuano a essere uno dei pilastri su cui basare il nostro futuro. Ma la nostra espansione continua e punta a coinvolgere anche il Far East, i Paesi del Golfo e le economie emergenti sotto l'Equatore. In più nel primo trimestre del 2021 abbiamo registrato numeri maggiori rispetto a quelli del 2020 e questo ci fa ben sperare in vista dei prossimi mesi, con l'obiettivo di consolidare il +15% di fatturato registrato lo scorso anno».*