





## COMUNICATO STAMPA

**CENTRALE DEL LATTE D'ITALIA** rafforza la partnership strategica con Alibaba in Cina e vola nel "new retail": oltre al flagship store virtuale, CLI entra nelle due grandi catene di distribuzione, Hema e RT-Mart.

In Cina venduti in un anno oltre 1,5 milioni di litri di latte.

A un anno dall'avvio della partnership, Centrale del Latte d'Italia (CLI) rafforza il proprio sodalizio con Alibaba, leader mondiale nel commercio online e mobile e apre il suo primo flagship store virtuale cinese su Tmall, la più grande piattaforma b-to-c (business to consumer) di e-commerce del Gruppo Alibaba, che garantisce l'accesso ad un mercato potenziale di 576 milioni di consumatori attivi annuali.

Il negozio virtuale propone prodotti a marchio Mukki, brand toscano del Gruppo CLI, sinonimo di eccellenza e qualità ed emblema di italianità. Tra le referenze, il latte a lunga conservazione declinato in diversi formati, la panna da cucina e quella per le pasticcerie. Lo store virtuale, inoltre, attraverso un percorso narrativo semplice ed immediato, racconta la storia, le produzioni e i valori del marchio accompagnando il consumatore cinese alla scoperta della filiera produttiva del latte italiano.

Grazie al proficuo accordo siglato nell'ottobre 2017, in soli dodici mesi CLI ha venduto oltre 1,5 milioni di litri di prodotti.

Complessivamente le esportazioni di Centrale del Latte d'Italia passano da 944 mila Euro al 30/9/2017 a 2,6 milioni al 30/9/2018.

Il latte si conferma tra i prodotti alimentari più venduti e apprezzati dalle famiglie cinesi attraverso i canali online. In un solo giorno, durante il Singles Day di Alibaba, il più grande evento di shopping online al mondo, che si è tenuto lo scorso 11 novembre, sono stati vendute quasi 100 mila confezioni di latte Mukki.

Ma oltre all'e-commerce, Centrale del Latte d'Italia entra anche nelle catene della grande distribuzione tradizionali Hema e RT-Mart, recentemente integrate all'interno del Gruppo Alibaba.

CLI in Cina potrà quindi contare su una rete di vendita multicanale, definita da Alibaba stesso "new retail" dove il concetto di e-commerce e di retail si fondono e il consumatore viene posto al centro e facilitato a comprare ovunque.

"Siamo molto soddisfatti della partnership che ci lega da oltre un anno ad Alibaba." ha dichiarato Marco Luzzati, Direttore Commerciale del Gruppo Centrale del Latte d'Italia "Negli ultimi tre mesi, grazie ai nuovi accordi che abbracciano oltre all'online anche le catene della grande distribuzione, abbiamo spedito oltre 30 container di prodotti".

"Oggi complessivamente le esportazioni rappresentano quasi il 3% del fatturato annuo di Gruppo. Il nostro obiettivo è quello di crescere nelle vendite all'estero, per raggiungere entro il 2020 la quota del 10% del fatturato annuo" ha aggiunto Luzzati.



“Per sostenere la crescita del Gruppo e dei volumi delle esportazioni” ha ricordato Marco Luzzati “l’azienda sta svolgendo un piano di consistenti interventi di rinnovamento dello stabilimento di Torino per un valore di 22 milioni di Euro che sarà completato entro il 2020, mirati anche all’ottimizzazione dei flussi logistici delle produzioni destinate all’estero”.

“Lo scorso anno Alibaba ha siglato un accordo con la Centrale del Latte d’Italia che prevede la vendita su Tmall, la più grande piattaforma B2C di Alibaba, del latte italiano a lunga conservazione del suo marchio Mukki” ha dichiarato Rodrigo Cipriani Foresio, Managing Director Italy, Spain, Portugal and Greece Alibaba Group e General Manager of Europe Tmall Business Development. “Da allora, la collaborazione con Mukki sta portando risultati sempre più soddisfacenti per noi e per l’azienda, dimostrazione che un adeguato approccio al mercato cinese e un piano di medio – lungo termine premiano sempre. Siamo quindi molto felici che quest’anno Mukki abbia deciso di partecipare per la prima volta al Singles Day, e che abbia scelto questo importante appuntamento per sperimentare la nostra strategia del New Retail con il debutto anche offline, con Hema e RT – Mart”.

Torino, 13 novembre 2018



## PRESS RELEASE

CENTRALE DEL LATTE D'ITALIA strengthens its strategic partnership with Alibaba in China, and takes off in the "new retail" sector: in addition to the online flagship store, CLI has made its entrance into the two major distribution chains, Hema and RT-Mart.

Over 1.5 million litres of milk sold in China.

One year on from the start of the partnership, Centrale del Latte d'Italia (CLI) has strengthened its ties with Alibaba, world leader in the online and mobile business sector, and has opened its first Chinese online flagship store on Tmall, the largest b-to-c (business to consumer) e-commerce platform of Alibaba Group, which guarantees access to a potential market of 576 million active consumers per year.

The online store sells products under the Mukki label, the Tuscan brand of CLI Group, **synonymous** with excellence and an emblem of top Italian quality. Products sold include long-life milk in various sizes, cooking cream and pastry cream. The online store also features a simple, intuitive account of the history, products and values of the brand, accompanying the Chinese consumer on a voyage of discovery through the Italian milk production and supply chain.

Thanks to the profitable agreement signed in October 2017, CLI has sold over 1.5 million litres of product in just 12 months.

Total Centrale del Latte d'Italia exports rose from € 944 thousand at 30/9/2017 to € 2.6 million at 30/9/2018.

Milk has confirmed its position as one of the best-selling and most popular food products with Chinese families through the online channels. In just one day – the Singles Day, the world's largest online shopping event held on 11 November - almost 100,000 cartons of Mukki milk were sold.

In addition to e-commerce, Centrale del Latte d'Italia has also made its entrance into the traditional major retail chains Hema and RT-Mart, recently incorporated in to Alibaba Group.

CLI will now therefore be able to count on a multi-channel sales network in China, defined "new retail" by Alibaba, a blend of the e-commerce and retail concepts that places the consumer at the centre, making it easy to make purchases everywhere.

"We are very satisfied with the partnership with Alibaba, which has been in operation for over a year", said Marco Luzzati, Sales Manager for Centrale del Latte d'Italia Group. "In the last three months, thanks to the new agreements that embrace both the online channel and the major retail chains, we have dispatched over 30 tank containers of products".

"Today, total exports account for almost 3% of Group turnover. Our aim is to increase sales abroad to 10% of turnover by 2020", added Luzzati.



“To support the growth of the Group’s growth and the volume of exports”, Marco Luzzati explained, “the company is carrying out major renewal work on the Turin factory, for a value of € 22 million, which will be completed by 2020, and is also aimed at optimising logistic flows of products destined for export”.

“Last year, Alibaba signed an agreement with Centrale del Latte d’Italia allowing it to sell Mukki brand Italian milk on Tmall, Alibaba’s largest B2C platform”, said Rodrigo Cipriani Foresio, Alibaba Group Managing Director for Italy, Spain, Portugal and Greece and General Manager of Europe Tmall Business Development. “Since then, the collaboration with Mukki has been yielding increasingly important results both for us and for the company, proving that the right approach to the Chinese market and a medium-long term plan always pay off. So we’re very happy that Mukki this year decided to take part in the Singles Day for the first time, and that it chose this important event to experience our New Retail strategy, with its offline debut too, with Hema and RT – Mart”.

Turin, 13 November 2018

Fine Comunicato n.0474-129

Numero di Pagine: 6