

4 Novembre 2019

VERONA - Dal 2010 Vinitaly è il logo ufficiale del vino italiano all'Hong Kong International Wine & Spirit Fair (HKIWSF) e per la decima edizione della più importante fiera asiatica di settore, in programma dal 5 al 7 novembre, Veronafiere rilancia la sua mission di piattaforma di servizi per le aziende italiane, forte del rinnovo dell'accordo siglato con l'Hong Kong Trade Development Council (HKTDC) nei mesi scorsi.

Un accordo triennale che, visto il successo della prima edizione nel 2018, comprende e rafforza anche la presenza dell'olio extravergine di oliva nel Sol Int'l Oil Show, realizzato grazie al know how di Sol&Agrifood.

Il ricco programma delle iniziative promozionali, di formazione e b2b è già iniziato, con l'apertura il 3 novembre del nuovo corso della Vinitaly International Academy. Questa sessione della VIA si concluderà il giorno dell'inaugurazione della fiera, con la proclamazione dei nuovi Ambassador del vino italiano nel mondo.

«Fare cultura del vino e dell'olio extravergine è la scelta strategica che Veronafiere ha sempre portato avanti per valorizzare e rendere comprensibili le mille peculiarità del sistema produttivo italiano all'estero, in particolare su mercati ancora giovani come quelli asiatici. Il business delle imprese è invece supportato dalle iniziative b2b che permettono ogni anno di aprire nuovi canali commerciali ad Hong Kong e in tutto il sud-est asiatico», spiega il direttore generale Giovanni Mantovani.

Nel 2018 l'HKIWSF ha visto la partecipazione di oltre 1.000 espositori e di 19.000 visitatori trade. Merito della posizione geografica e dello status amministrativo della città, che rendono Hong Kong hub privilegiato per l'export di vino e ora di olio evo verso la Cina e il Sud-est asiatico e la fiera luogo ideale per conoscere e guidare le nuove tendenze di consumo e favorire l'ingresso e il posizionamento nei mercati dei diversi Paesi, con un occhio particolare al canale horeca.

Vinitaly Pavilion. L'Italia del vino ha grandi margini di crescita in Asia e l'HKIWSF è il luogo ideale per incontrare buyer e operatori per interpretare correttamente una geografia dei mercati sempre più complessa. L'import globale di vino in Asia, infatti, vale 6,4 miliardi di euro, ma il 2019 sta evidenziando andamenti contrastanti tra i vari Paesi, con crescite a due cifre in alcuni e contrazioni sempre a due cifre in altri.

Quest'anno sono un centinaio gli espositori del Vinitaly Pavilion, tra i quali le collettive di importanti consorzi - Consorzio di Tutela Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore docg,

Consorzio di Tutela Vini d'Abruzzo, Enoteca Regionale Emilia Romagna, Consorzio Vini Alto Adige -, per i quali vengono organizzati incontri b2b mirati, walk around tasting, Master classes. A loro disposizione anche una tasting room per degustazioni guidate dedicate a buyer e operatori.

Sol Int'l Evo Show. L'Asia è uno dei mercati più promettenti per l'olio di oliva e in particolare ad Hong Kong e in Cina le vendite stanno facendo registrare crescite annue a due cifre, con performance migliori rispetto agli altri oli vegetali. Il fattore trainante sono le riconosciute ed apprezzate qualità salutistiche del prodotto, per i quali i consumatori, principalmente quelli con buona-alta capacità di spesa, sono disposti a spendere il triplo rispetto al costo di un altro qualsiasi olio vegetale o di semi.

“Per sviluppare un consumo più ampio bisogna ovviare alla scarsa conoscenza del prodotto in termini di qualità organolettica, per questo già dalla prima edizione proponiamo seminari e mini corsi su come si degusta un olio e su come riconoscere i difetti, oltre alle degustazioni guidate degli oli che a settembre hanno vinto l'edizione di Sol d'Oro Emisfero Sud”, spiega in una nota **Marino Giorgetti**, capo panel di Sol d'Oro.

Queste iniziative hanno riscosso molto successo l'anno scorso in particolare tra gli operatori del canale horeca, provenienti da diversi Paesi asiatici. Sono loro che si stanno prendendo il compito di contaminare le varie cucine tradizionali con l'olio extravergine, imparando a conoscere le peculiarità di un prodotto non industriale che, come il vino, con il giusto abbinamento è in grado di esaltare qualsiasi ricetta.

Da quest'anno il Sol Int'l Evo Show amplia l'area, accogliendo anche aziende italiane produttrici di olio extravergine, che partecipano per la prima volta proponendo a operatori qualificati, importatori, distributori, rivenditori, grossisti, professionisti del settore horeca di fascia alta presenti in fiera le loro produzioni di qualità.