



A Wine To Asia aziende da oltre 20 paesi e 15mila operatori attesi dal Sud-Est Asiatico

14 Maggio 2026 

SHENZHEN – Da Shenzhen al Sud-Est asiatico. La quarta edizione di Wine To Asia, manifestazione realizzata da Veronafiere Asia Ltd inaugurata oggi al Futian center della metropoli cinese, guarda ai mercati emergenti dell'area come leva strategica per la crescita internazionale del settore wine&spirits e dell'olio extravergine di oliva.

Fino al 16 maggio sono oltre 400 gli espositori presenti, provenienti da più di 20 Paesi. Tra questi anche la delegazione italiana composta da 50 aziende di Piemonte, Veneto, Toscana e Puglia, promossa in collaborazione con ITA-Italian Trade Agency. Attesi circa 15mila operatori professionali da Singapore, Thailandia, Corea del Sud, Vietnam, Indonesia, Taiwan e dall'area di Hong Kong e Macao, grazie a una mirata campagna di incoming specificamente rivolta a buyer, operatori horeca e ai principali importatori dell'area asiatica come Zefiro, KC, All in Wine, GVS, Globally e Green Magnolia, già accreditati. Secondo le analisi dell'Osservatorio Uiv-Vinitaly, i buyer asiatici dovrebbero tornare ad acquistare con un aumento previsto degli ordini di vino dello 0,5% annuo da qui al 2029.

“Wine To Asia rappresenta oggi il punto di riferimento per il mercato cinese e dei principali paesi del Sud-Est asiatico, aree oggi decisive per le prospettive di crescita del vino made in Italy. La manifestazione rientra nel programma internazionale sviluppato da Veronafiere con il brand Vinitaly, in questi giorni anche in Brasile con Wine South America, mentre in ottobre a New York con Vinitaly.USA per rafforzare il posizionamento delle imprese italiane sui mercati esteri, creare nuove opportunità commerciali e consolidare le relazioni con buyer e operatori qualificati, selezionati e successivamente invitati a Vinitaly a Verona”, ha sottolineato il presidente di Veronafiere, **Federico Bricolo**, nel corso della cerimonia di apertura della rassegna che ha visto gli interventi dell'ambasciatore d'Italia in Cina, **Massimo Ambrosetti**, del presidente di ITA-Italian Trade Agency, **Matteo Zoppas**, e il saluto di **Haobo Yang**, vicedirettrice del Ccpit Shenzhen, il massimo organismo per il commercio del paese e dell'area metropolitana che conta quasi 80 milioni di abitanti.

Wine To Asia, avamposto di Vinitaly in questo mercato, si presenta con un format dinamico e contemporaneo che spazia dal vino agli spirits, dai NoLo alla mixology, affiancando al business un palinsesto di eventi e ospiti internazionali. In programma le partecipazioni di Lorenzo Antinori del Bar Leone di Hong Kong, numero uno ai World's 50 Best Bars 2025, Ring Zhao, fondatrice del rinomato Bar Choice e curatrice dell'area Asian Tea Cocktail Bar della rassegna, Vivian di Papuwa, tra le bartender più conosciute di Chengdu, e Adrian Xu del Bar



Bruma di Shenzhen.

Debutta inoltre l'area dei Raw Wine, con oltre 60 produttori provenienti da 15 Paesi e la partecipazione di Isabelle Legeron MW, prima donna francese a ottenere il titolo di Master of Wine e fondatrice della community internazionale dedicata ai vini naturali, biodinamici e biologici a basso intervento. Completano il programma oltre 20 appuntamenti tra masterclass ed experience guidate dai Master of Wine Wei Xing e Pedro Ballesteros, insieme ai divulgatori JC Viens e Filippo Bartolotta.

A Shenzhen focus anche sull'olio extravergine di oliva con SOL Expo Asia. La manifestazione della filiera dell'olio extravergine di oliva (in calendario a Veronafiore dal 28 febbraio al 2 marzo 2027) torna infatti a Wine To Asia con un'area dedicata e un cartellone di tasting no stop di 16 oli vincitori del Sol d'Oro 2026 guidati da Marino Giorgetti e da Na Xie, rispettivamente presidente e membro della giuria internazionale del concorso. Mentre fino al 17 maggio la Greater Bay Area Wine Week accompagnerà Wine To Asia con un calendario diffuso di eventi e degustazioni dedicati ad appassionati e nuovi consumatori. Il fuori salone della manifestazione coinvolgerà alcuni dei locali più trendy delle nove città della provincia del Guangdong e delle regioni di Hong Kong e Macao.

Un'offerta che incontra la grande attenzione verso i prodotti made in Italy da parte del consumatore cinese, come ha confermato nel suo intervento inaugurale l'ambasciatore d'Italia in Cina, Massimo Ambrosetti: "L'Italia è percepita molto positivamente in Cina, come ha confermato anche la recente riunione della Commissione mista economica italo-cinese, tenutasi in aprile con il vicepremier e ministro degli Esteri **Antonio Tajani**. È una cooperazione costruttiva e lungimirante, che ci consente di raccontare meglio il nostro Paese a un pubblico cinese in forte crescita, non solo sul piano socioeconomico ma anche culturale. C'è una grande voglia d'Italia: lo dimostrano l'aumento continuo del turismo cinese e l'attenzione crescente sui social media locali, dove i territori italiani sono sempre più conosciuti. I viaggiatori cinesi cercano esperienze autentiche, anche al di fuori dei grandi luoghi iconici, e il vino è una calamita straordinaria perché rappresenta l'eccellenza dei nostri territori. Il nostro impegno è far conoscere sempre di più questa Italia diffusa, ed è il momento giusto per farlo: la competizione è forte, ma i numeri possono essere molto importanti se si lavora nella direzione corretta. In questo senso Vinitaly, con la sua proiezione Wine to Asia, è un esempio e una storia di successo cresciuta negli anni. Per me è la terza volta qui e vedo un percorso di sviluppo continuo, con ricadute significative per i nostri settori tradizionali di interscambio".

Per questa ragione, la promozione diventa strategica ed è indispensabile che sia coordinata al meglio, come ha evidenziato Matteo Zoppas, presidente di ITA-Italian Trade Agency: "La



Cina è un mercato strategico, anche perché si sta aprendo sempre di più e una quota crescente della sua enorme popolazione dispone oggi di una capacità di spesa adeguata all'acquisto dei nostri prodotti. Dobbiamo quindi anticipare questa fase ed essere più presenti. Wine To Asia, dove ci troviamo oggi, rappresenta un contesto dal potenziale enorme: proprio per questo abbiamo raddoppiato rispetto allo scorso anno la presenza delle aziende nella collettiva ITA. La cucina italiana è un asset fondamentale – recentemente riconosciuta Patrimonio immateriale dell'Umanità dall'Unesco – e può essere un veicolo decisivo per far conoscere il vino italiano ai consumatori locali attraverso la nostra ristorazione all'estero. Allo stesso tempo, è importante lavorare anche sugli abbinamenti con le cucine locali. Dobbiamo promuovere la cultura delle nostre etichette, perché anche le altre tradizioni gastronomiche, con accostamenti specifici, stanno iniziando ad accogliere sempre di più il prodotto italiano, non solo il vino, nei propri abbinamenti”.

Alla cerimonia inaugurale della 4^a edizione di Wine To Asia, in programma a Shenzhen fino al 16 maggio hanno partecipato anche il console generale d'Italia di Guangzhou, **Valerio De Parolis**, il direttore di ICE Pechino, responsabile per la Cina e la Mongolia, **Francesco Pensabene**, il direttore di ICE Guangzhou, **Andrea Maccanico**, il presidente della Camera di Commercio Italiana in Cina, **Gianni Di Giovanni**, **Danijel Nikolic**, assistente del segretario generale al Segretariato generale della Repubblica di Serbia, **Yaacov Lopez**, console generale del Consolato generale di Israele a Guangzhou, **Daniel Domínguez Cantu**, console generale facente funzione del Consolato generale del Messico a Guangzhou, **Ana Baqueriza**, viceconsole del Consolato generale della Repubblica Argentina a Guangzhou, **Andrea Myles**, senior trade commissioner di Austrade e viceconsole generale, **Ken Chen**, specialista in marketing agricolo all'Agricultural trade office, Consolato generale degli Stati Uniti a Guangzhou, **Sally Chan**, segretario generale della sezione vini e distillati dell'Associazione dell'Industria alcolica della Provincia del Guangdong, **Hu Guang**, segretario generale della Shenzhen Liquor Association, **Christopher Beros**, direttore Greater China e Sud-Est Asiatico del California Wine Institute e **Gao Haining**, vicedirettore del Yantai Convention and Exhibition Service Center.

Al termine, è stato inaugurato anche il Padiglione Italia organizzato da ITA-Agenzia e nell'occasione è stato consegnato il premio Taste of Italy-Wine List Excellence di Vinitaly a Antonello Picchedda, general manager di 8 ½ Otto E Mezzo Bombana, ristorante e cocktail bar tra i più noti di Hong Kong.

La 59esima edizione di Vinitaly è in programma a Verona fiere dall'11 al 14 aprile 2027.