



SHENZHEN – Cinquecento espositori da 30 Paesi tra cui 50 aziende italiane presenti in un'area tutta tricolore firmata anche da Ice Agenzia e 15 mila operatori attesi da Cina, Giappone, Singapore, Corea del Sud, Taiwan e da Hong Kong, Macao e Shenzhen, il tritico economico da 67 milioni di abitanti della Greater Bay Area. Sono i numeri della 3^a edizione di Wine to Asia, la più grande community del vino e degli spirits in Oriente rappresentata dal salone internazionale al via oggi a Shenzhen (Convention & Exhibition Center - Futian), fino all'11 maggio. Organizzato da Veronafiere Asia e Vinitaly, "la manifestazione unisce così il Dna business a un programma lifestyle esperienziale per i consumatori cinesi e più in generale asiatici e vede il forte supporto del governo italiano con l'ambasciata, il consolato, l'Ice in prima fila e da quest'anno anche dello Ccipt di Shenzhen, l'ente governativo per la promozione internazionale del commercio", come ha sottolineato Simone Incontro, responsabile della sede di Veronafiere nella Repubblica popolare della Cina. Un cambio di prospettiva dell'evento fieristico che ha nella Greater Bay Area il punto di partenza e tutta l'Asia come orizzonte strategico.

Tra le novità di questa edizione in crescita, il debutto partecipativo dell'Istituto del vino della California, di Bettane+Desseauve, l'autorevole istituzione francese di media e critica vinicola e di Sol2Expo in Cina. La manifestazione della Fiera di Verona dedicata alla filiera dell'olio di oliva è infatti presente a Shenzhen con un cartellone di eventi che spaziano da masterclass e degustazioni guidate dei prodotti vincitori del concorso Sol D'Oro fino alle proposte mixology a base di olio extravergine con aziende espositrici da Italia, Spagna Grecia e Cina.

"Anche quest'anno Vinitaly porta il suo modello di business di successo nel Sud della Cina, a Shenzhen, polo economico della Greater Bay Area - ha dichiarato Massimo Ambrosetti, Ambasciatore d'Italia in Cina durante la cerimonia inaugurale -. In pochi anni, Wine to Asia è diventato un evento strategico che conferma l'enorme interesse per il cibo e il vino di qualità in questa regione. Il vino - ha proseguito l'ambasciatore - non è solo un prodotto di esportazione, ma anche un elemento centrale dell'identità della cultura italiana. Sono fermamente convinto che iniziative come questa permettano - a importatori e consumatori - di comprendere meglio la qualità e il valore dei nostri prodotti. L'azione a sostegno delle nostre aziende, in particolare di

Scritto da Red.

Venerdì 09 Maggio 2025 15:33

quelle del settore agroalimentare che guardano alla Cina con sempre maggiore interesse, tiene conto di una domanda sempre più elevata di prodotti di altissima qualità da parte dei consumatori cinesi”.

Per tre giorni Shenzhen, con Wine to Asia, diventa il baricentro di un mercato che esprime circa 9,4 miliardi di dollari di valore al consumo dei vini d'importazione nei principali Paesi della domanda asiatica (Cina, Giappone, Corea del Sud, Thailandia, Vietnam, India, Filippine). Secondo l'analisi dell'Osservatorio Uiv-Vinitaly su base IWSR realizzata in occasione di Wine to Asia, dopo il forte calo dal 2019 al 2023 per effetto della contrazione dei consumi in Cina, il mercato tornerà a crescere, con un +16% previsto dal 2024 al 2028 (a 10,9 miliardi di dollari). In dettaglio, il consumo di vini importati crescerà soprattutto in Cina del 23% (a 4,4 miliardi di dollari) in Corea del Sud (+28%) ma anche in Vietnam, India Thailandia, e Filippine, con incrementi in doppia cifra e fino al 30%. Stabile (+3%) il Giappone, per cui si stima un valore al consumo di 3,4 miliardi di dollari. Lato Italia, il valore al consumo del prodotto enologico tricolore in questi Paesi si attesta complessivamente a oltre 1,1 miliardi di dollari, con un forecast al 2028 fissato a 1,24 miliardi (+11%).

Haobo Yang, vicedirettrice generale del China Council Promotion of International Trade di Shenzhen, ha confermato come la metropoli “connette i mercati globali con un'area di forte sviluppo sia nel commercio che nell'ecosistema industriale, con un prodotto interno lordo che nel 2024 ha raggiunto i 453 miliardi di euro, con una crescita del 5,8%”.

Quest'area in particolare e la Cina in generale, rappresentano un potenziale enorme per le aziende vinicole e gli spirits italiani, come ha ricordato Francesco Pensabene, direttore Ice-Agenzia per la Cina e la Mongolia: “Ice è presente con la più grande collettiva di vini italiani sul mercato cinese dove i nostri prodotti hanno un posizionamento di primissimo livello nella percezione del consumatore sempre più raffinato, informato e attratto da storia, cultura e territori di provenienza delle etichette made in Italy. Le proiezioni sono di un forte sviluppo e occorre passare alla fase due implementando gli accordi con la grande distribuzione e avere una maggiore coesione delle delegazioni delle cantine italiane che approcciano questo mercato”.

In calendario a Wine To Asia 15 masterclass e degustazioni. Tra queste quella guidata dal fondatore della Giornata mondiale del Marselan, Jim Boyce, che curerà un tasting di oltre 40 bottiglie di Marselan cinese e whisky; “European Quality Wines: Taste The Difference. A journey through the Italian Regions” by Unione Italiana Vini, guidata da Filippo Bartolotta. Mentre è affidato alla MW Debra Meiburg il confronto “Wine is dead?”.

Ritorna anche il padiglione Loong's Toast x Ygcw, che mette in mostra il nuovo movimento vinicolo cinese, mentre la masterclass "Wine on the Go: "Nomadic Winemakers & Local Terroir", vedrà protagonisti tre giovani viticoltori cinesi - Luo Yuchen, Ian Dai e Ma Jie - e includerà una videochiamata live con New York City per un simbolico brindisi interculturale, con l'Associazione dei Giovani Viticoltori Cinesi per la prima volta protagonista di un evento negli Stati Uniti. Wine to Asia 2025 firma anche il palinsesto dei 66 eventi che da oggi e per nove giorni animeranno altrettanti locali tra i più trendy di Shenzhen, Guangzhou, Hong Kong, Xiamen e Zhuhai con proposte di mixology e menù all'insegna di inediti abbinamenti anche con i vini NoLo. Tra le zone Pop-Up di Wine to Asia 2025, anche quelle del Grana Padano, di De' Longhi che firma una lifestyle Lounge e un calendario di giornate tematiche (Champagne Day, Sake Day, Shangri-La Day. Alla cerimonia di inaugurazione hanno preso parte il Console generale d'Italia nel Guangzhou, Valerio De Parolis, Danijel Nikolic, assistente del Segretario generale della Repubblica di Serbia, e i consoli generali a Guangzhou, Gina Andreadi della Grecia, Daniel Dominguez del Messico, Renato Hovrath dell'Ungheria, Gonzalo Rubilar del Cile, JonAnn Flemings, direttore dell'ufficio del Commercio Agricolo degli Usa a Guangzhou, il presidente delle Camere di Commercio estere italiane in Cina, Lorenzo Riccardi e Massimiliano Tremiterra, responsabile dell'ufficio Ice-Agenzia di Guangzhou. Il calendario internazionale di Veronafiere per il mondo vino prosegue con il prossimo appuntamento di Vinitaly Usa, in programma a Chicago il 5 e 6 ottobre 2025, mentre si è appena conclusa con successo Wine South America a Bento Gonçalves, in Brasile.