Ombre cinesi

scritto da Graziano Molon | 10 Dicembre 2019



Dopo un periodo di assenza dalla mia amata Cina, sono rientrato da Vinitaly Hong Kong con alcune riflessioni su quanto visto sia in fiera che fuori; molti sono i pensieri che si sono succeduti e vorrei condividere con voi.

A la guerre comme a la guerre

Se un produttore di vino decide di affrontare il mercato asiatico, deve farlo in maniera credibile ed investire in maniera adeguata e nel medio /lungo periodo. Dotarsi di strumenti consoni (personale con competenze linguistiche, logistica, promozione) ed essere soprattutto visibile in loco. Se da solo non ce la fa, può aggregarsi e cercare altri che come lui vogliono farlo, magari appoggiandosi ai vari facilitatori competenti che operano. Altrimenti è meglio evitare, le fallanze possono essere molto dolorose.

Nuova frontiera

Operare in Asia significa essere alla frontiera di tutto ciò che è innovativo ed internazionale del mondo del vino;

cogliamo qualche messaggio qui anche per anticipare ciò che sarà da noi tra qualche tempo. La competizione nel vino è globale per definizione, ma qui è più globale che da altre parti.

Gli assenti hanno sempre torto

Un plauso sempre e comunque a chi era presente, a chi ha organizzato la presenza ed a chi ha creato attenzione e competenza attorno al mondo del vino italiano (consentitemi una citazione al progetto Vinitaly International Academy che sta facendo un gran bel lavoro nel mondo ed alle 2 cantine trentine presenti, soci del mio Consorzio Vini, che ho visto con grande piacere ed orgoglio).

Quindi: **stay hungry, stay foolish, ma soprattutto stay Chinese!**