

Hong Kong e Sud Est Asiatico: parola ai produttori

scritto da Agnese Ceschi | 12 Novembre 2019



L'importanza di Hong Kong nell'economia del business del vino in tutto il Sud est asiatico è confermata non solo dai dati (di cui abbiamo parlato qui), ma anche dai produttori che hanno partecipato alla dodicesima edizione dell'[Hong Kong International Wine & Spirits Fair](#). Un'edizione un pò più sottotono se ci focalizziamo solo sui numeri e sull'affluenza (del resto non ci si poteva aspettare altrimenti, visti i recenti ribaltamenti sociali che sta vivendo l'ex colonia britannica), ma di grande spessore per quanto riguarda la qualità dei contatti, come confermano i numerosi produttori intervistati. "Le premesse non erano buone, perché a causa dei disordini degli ultimi sei mesi si pensava che ci sarebbe stata poca affluenza, ma devo dire che la realtà è stata

diversa. Abbiamo avuto un numero inferiore di visitatori, ma di qualità all'altezza di questa area geografica" ha confermato Paolo Clemente, Asia business manager dell'azienda [Apollonio](#)

Un mercato evoluto dunque quello di Hong Kong, un gate ideale, dove gli operatori si sono dimostrati competenti, al di sopra della media asiatica, e curiosi di scoprire la grande varietà delle proposte del vino italiano. "Questo mercato sta continuando a maturare e lo fa in maniera costante già da qualche anno. La maturazione riguarda sia la conoscenza dei vini italiani, che dei nostri vini toscani. Per noi è stata un'esperienza molto positiva che ci ha permesso di mettere qualche pedina in più in questo interessante mercato" ha spiegato Alessandro Mugnaioli de [Il Drago e la Fornace](#). Anche secondo Paolo Lasagni di [Bosco Viticultori](#) "la fiera si è dimostrata al di sopra delle nostre aspettative, perché nonostante le premesse sono arrivati diversi operatori del Sud est asiatico da Paesi come Filippine, Vietnam e Laos".

Giacomo Danese dell'azienda veronese [Corte Moschina](#) ha confermato che "questa fiera è un punto di riferimento per il mercato asiatico per noi produttori, perché convoglia operatori da Cina, Taiwan, Singapore, India e Vietnam. Sono mercati in forte fermento e stanno suscitando molto interesse. Siamo contenti di aver lavorato in armonia nello stand collettivo con altre aziende e abbiamo condiviso contatti e suggerimenti preziosi".

La risposta degli operatori presenti è stata entusiastica, confermata dal nuovo [VIA Vinitaly International Ambassador](#) Jacopo Fanciulli: "L'Italia è arrivata ad Hong Kong mostrando il meglio di sé e soprattutto la sua grande varietà, che è il suo reale cavallo di battaglia". Ogni produttore è riuscito infatti a veicolare messaggi più sofisticati e approfonditi riguardo ai propri vini, ai vitigni e alla regionalità. Massimiliano [Apollonio](#), produttore pugliese, ha dichiarato ai nostri microfoni l'importanza di puntare sulla propria specificità regionale: "La Puglia continua a crescere in Asia. Abbiamo la fortuna di avere molti vitigni autoctoni che

attirano la curiosità degli esperti e dei meno esperti. In questo mercato molto sofisticato come è Hong Kong l'eleganza del Negroamaro prende il sopravvento sulla rusticità e generosità del Primitivo. La storicità della nostra azienda e il continuare a credere nella Puglia e non seguire le mode del momento ci fa sicuramente procedere sempre diritti verso i nostri obiettivi". Diamante Zulli, responsabile commerciale dell'azienda abruzzese [Colle moro](#), ormai consolidata da tempo sul mercato di Hong Kong, ha dichiarato di continuare a puntare su questa fiera perchè: "nonostante quest'anno sia un momento particolare per Hong Kong, non possiamo negare che sia un hub per l'intero sud est asiatico, dove il vino italiano si sta molto espandendo. Dunque la porta di ingresso per la Cina su cui investire con assiduità".

La fiera non è solo occasione preziosa di acquisire, consolidare o definire contatti e rapporti commerciali, ma è ancora di più un modo per affermare l'esigenza di una progettualità collettiva. "Vivere la fiera con questi produttori che hanno aderito alla nostra area collettiva e condividere con loro la progettualità in termini di export è per noi molto importante – ha spiegato il direttore commerciale di Wine Meridian Marco Fasoli presente in fiera. "La fiera ha un bacino di utenza importante nel sud est asiatico, questo ci ha permesso di valutare anche altre aree geografiche emergenti vicine ad Hong Kong, ma la cosa più importante è stata la vicinanza con i produttori, che hanno dimostrato di cercare una collaborazione che è quello che fino ad ora manca al nostro Paese per guardare al futuro del nostro export".