

L'Italia del vino punta sull'Oriente

24/05/2016 | di LUCIANO FERRARO

L'Italia del vino, per tre giorni, guarda ad Oriente. Dal 24 al 26 maggio più di 250 tra aziende e consorzi, dal Piemonte alla Sicilia, trasferiscono bottiglie e sommelier a Hong Kong, la più grande fiera del settore in quella parte del mondo (la cadenza è biennale, negli anni dispari la stessa società organizza Vinexpo a Bordeaux).

La missione è perdere il ruolo di gregari nell'export e conquistare il podio. Siamo già i più grandi venditori di vino nel mondo (5,4 i miliardi di euro incassati nel 2015, grazie ai consumatori statunitensi, tedeschi e britannici). Ma non andiamo oltre il quinto posto in Asia e il sesto in Cina. Per dare una spinta a crescere, Vinexpo ha nominato l'Italia "Paese d'onore" di questa settima edizione.

Sono 1.300 gli espositori (meno di un terzo del Vinitaly di Verona, che ad aprile ne ha schierati 4.100) da 33 Paesi. La Francia occupa lo spazio maggiore dell'Hong Kong Convention and Exhibition Centre (39%) ed è quindi il Paese più rappresentato. Subito dopo c'è l'Italia, con gli stand che coprono il 16% dello spazio disponibile. Dopo di noi, Spagna, Cile, Argentina, Portogallo, Germania, Stati Uniti, Sudafrica e Cina. Per la prima volta ci saranno gli stand di Paesi che pochi conoscono come produttori di vino: Mauritius, Moldavia e Lettonia. A Vinexpo sono attesi 17 mila professionisti del settore, tra importatori, distributori e sommelier, soprattutto di Hong Kong, ma anche da Cina, Taiwan, Corea, Singapore e Giappone.

Il mercato da conquistare è immenso. Concluso il giro di vite contro i politici corrotti cinesi che scolavano costosissime bottiglie francesi, c'è stato un aumento dell'85% di vini importati dal 2010 al 2014. E, soprattutto, sul mercato si è affacciata una sterminata classe media che potrebbe essere più attratta dai tanti vini italiani a prezzo contenuto che dal lusso francese. A crederci, acquistando un biglietto per Hong Kong, sono ad esempio le sette aziende di Italian Signature Wines Academy: Allegrini (Veneto), Arnaldo Caprai (Umbria), Feudi di San Gregorio (Campania), Fontanafredda (Piemonte), Frescobaldi (Toscana), Planeta (Sicilia) e Villa Sandi (Veneto). Hanno organizzato degustazioni e seminari per raccontare i loro vini, come hanno fatto due settimane fa in un'altra fiera a Singapore e come faranno sulla Rete grazie all'accordo con la piattaforma online Alibaba di Jack Ma.

“E’ la nostra Via della Seta – spiega Marilisa Allegrini – noi siamo i sette ambasciatori dell’eccellenza con 52 milioni di bottiglie prodotte annualmente e più dell’80% della produzione esportata”.

A tener alta la bandiera della storia (enologica) italiana ci penserà il Consorzio del Chianti Classico che festeggia ad Hong Kong i tre secoli di questo vino. Dieci le aziende che partecipano all’evento: Badia a Coltibuono, Barone Ricasoli, Bibbiano, Castello di Fonterutoli, Felsina, Le Regge, Orsumella, Rocca delle Macie, Rocca di Cispiano, Villa Trasqua. Ian D’Agata, per la rivista inglese Decanter, guiderà una degustazione con l’ultimo nato del Chianti Classico, il Gran Selezione. Poi un’altra masterclass con gli autoctoni italiani e infine D’Agata sarà protagonista di un viaggio sensoriale alla scoperta della longevità di Barolo e Barbaresco delle aziende Pio Cesare, Ceretto, Aldo Conterno, Di Gresy, Marchesi di Barolo.

Per divulgare frammenti di dolce vita è stato organizzato lo spazio Aperitivo italiano, tra vini e liquori con il bartender Massimo d’Addezio, invitato dalla squadra del Gambero rosso. Marco Sabellico, senior editor della guida, farà esplorare più di 200 vini italiani in un paio di masterclass, a fianco del console italiano Antonello De Riu. Molte altre le iniziative made in Italy, come quella organizzata dal Consorzio della Valpolicella, 90 minuti alla scoperta di Amarone e Ripasso.