

Chianti, brindisi in Asia: grande partecipazione agli eventi in Giappone e Taiwan

Chianti, brindisi in Asia: grande partecipazione agli eventi in Giappone e Taiwan

Redazione di Zeroventiquattro.it

Concluso il Chianti Lovers Asian Tour, dopo 3 giorni di incontri B2B, masterclass e degustazioni. Il presidente Busi: "Cresce l'attenzione verso il nostro vino"

Degustazioni affollate e tanti contatti avviati o rafforzati: si è chiuso con segnali molto incoraggianti il Chianti Lovers Asian Tour, il viaggio del **Consorzio Vino Chianti** che dal 21 al 23 aprile ha portato la denominazione tra Tokyo, Osaka e Taipei, incontrando operatori del settore e stampa specializzata.

"Abbiamo registrato un interesse concreto e qualificato da parte degli operatori asiatici - commenta il presidente del **Consorzio Vino Chianti**, Giovanni Busi - con relazioni costruite sul campo e una partecipazione attenta che conferma quanto questi mercati siano oggi centrali per lo sviluppo della denominazione".

La prima giornata si è svolta a Tokyo, al JW Marriott Hotel Tokyo, dove 15 aziende hanno presentato circa 33 etichette Chianti su un totale di circa 80 vini. Gli incontri con importatori e professionisti del settore, insieme al walk-around tasting, hanno favorito momenti di confronto diretto e approfondimento. Particolarmente apprezzata anche la masterclass "Ancient Tuscan Knowledge Transformed into a Modern Wine", guidata dal giornalista Isao Miyajima, che ha raccontato le diverse espressioni della denominazione attraverso sei etichette rappresentative.

"Il dialogo costruito in queste occasioni è fondamentale per rafforzare relazioni commerciali e consolidare la presenza del Chianti sui mercati internazionali - prosegue Busi - soprattutto in contesti dove la cultura del vino è in costante evoluzione".

La tappa di Osaka, realizzata al W Osaka - Wet Bar in collaborazione con la Italian Chamber of Commerce in Japan, ha visto la partecipazione di 9 aziende con circa 21 etichette Chianti, su un totale di circa 50 vini. Anche qui workshop e degustazioni hanno raccolto una risposta significativa da parte degli operatori del trade.

Il tour si è concluso a Taipei, al Regent Hotel Taipei, con 13 aziende e circa 30 etichette Chianti presentate, su un totale di circa 80 vini. La giornata si è articolata in incontri B2B con importatori, seguiti dalla masterclass "The Soul and the Flavour of Chianti Wine. Agile and slender, deep and long-lived, with versatility as its advantage", condotta dal wine educator Aaron Chuang, e quindi dal walk-around tasting per operatori del settore, contribuendo a rafforzare il dialogo con il mercato locale.

"Questa esperienza ha confermato il potenziale del Chianti in Asia - conclude Busi - e ci ha permesso di rafforzare il posizionamento della denominazione, valorizzando il lavoro delle aziende e creando nuove opportunità di sviluppo in un contesto internazionale sempre più competitivo".

Share

