

VINITALY: SI FORMA SISTEMA ITALIA PER PROMOZIONE IN CINA (2)

Nonostante la sua immaturita', il mercato del vino in Cina e' gia' tra i primi al mondo e secondo le stime del China Council for the Promotion of International Trade - CCPIT nel 2011 saranno oltre un miliardo le bottiglie consumate.

L'appeal delle produzioni agroalimentari italiane di qualita' e' alto in Cina, infatti, "nonostante nel 2007 l'Italia sia stata solo 27^ nella classifica dei fornitori di prodotti agroalimentari - ha spiegato Maurizio Forte, direttore dell'ICE di Shanghai -, se si considerano solo vino, **olio**, pasta e cioccolato il nostro Paese sale al 3 posto".

Per promuovere la produzione oleicola italiana a Vintaly China partecipa Unaprol con Portfolio, il catalogo dei migliori oli extra vergine di oliva italiani. (ITALPRESS).

ads/com 21-Nov-08 16:58 NNNN

Olio d'oliva, Unaprol e Veronafiere con Portofoil in Cina (4)

Roma, 21 NOV (Velino) - Portfolio, che presenta la migliore offerta dell'**olio** extra vergine di oliva 100 per cento made in Italy, prodotto da 150 aziende Unaprol, mira a incrociare le nuove tendenze alimentari della popolazione locale. I cinesi guardano all'aspetto salutare del cibo tanto quanto al gusto. La cucina occidentale sia per il costo che per il gusto, rimane largamente appannaggio della comunita' straniera e di una elite di cinesi. La maggioranza dei ristoranti italiani a Shanghai e' localizzata nella zona che ha la piu' alta concentrazione di uffici stranieri. Ci sono ristoranti di altre cucine nazionali e finora quella italiana e' la piu' diffusa, seguita da quella stile americano, quelle francese e tedesca e le new entry sono i ristoranti spagnoli, russi e greci. L'affluenza di clienti cinesi ai ristoranti italiani supera il 30% del totale e il restante e' composto da stranieri. Le persone che frequentano i ristoranti occidentali sono quelle che, per lavoro, hanno contatti con gli stranieri, viaggiano per lavoro si considerano cittadini del mondo, guadagnano abbastanza tanto da permettersi uno stile di vita piu' elevato. Portfolio diventa per questo bacino di consumatori alto spendenti, il tour operator del gusto italiano e li accompagna nel viaggio dei mille sapori dell'**olio** extra vergine di oliva di alta qualita', 100 per cento made in Italy. (com/esp) 211531 NOV 08 NNNN

Ricerca per: OLIO

Sorgente:
IL VELINO

Tema:
Economia Interna

Tipo:
Testo

[+]

ZCZC

VEL0492 3 ECO /R01 /ITA

Olio d'oliva, Unaprol e Veronafiere con Portofoil in Cina (2)

Roma, 21 NOV (Velino) - In tutta la Cina sempre nel 2007 sono stati importati poco piu' di 32 milioni di dollari di **olio** di oliva. L'Italia detiene il 30,14 per cento del mercato cinese e rispetto al 2006, la sua quota di mercato e' cresciuta del 14,59 per cento. Una goccia nel mare di oltre un miliardo e 350 milioni cinesi. Ma anche un grosso risultato se si pensa che negli anni 90' le esportazioni di **olio** di oliva erano quasi inesistenti in questo Paese. "Con l'**olio** extra vergine di oliva made in Italy, compagno di viaggio del Vinitaly China, Veronafiere - ha riferito il consigliere delegato all'internazionalizzazione Camillo Cametti - mira ad incrociare quel potenziale bacino di oltre 350 milioni di consumatori cinesi benestanti e con alta capacita' di acquisto che rappresenteranno entro il 2020 il bacino di riferimento per il business del made in Italy di alta qualita'". (segue) (com/esp) 211531 NOV 08 NNNN

Ricerca per: OLIO

Ricevuta alle: 15:31 (GMT+1) in data

Olio d'oliva, Unaprol e Veronafiere con Portofoil in Cina

Roma, 21 NOV (Velino) - "Il made in Italy in Cina e' una sfida ancora tutta da giocare e Shanghai, la citta' con oltre 100 ristoranti italiani, rappresenta la nuova frontiera per l'**olio** extravergine di oliva di qualita'". Lo afferma Massimo Gargano presidente di Unaprol a margine del seminario

Portofolio - Italian selected extra virgin olive oils - promosso dal Consorzio Olivicolo Italiano nell'ambito del 10° Vinitaly China organizzato da Veronafi che si concluderà domani 22 novembre con un workshop a Macao. "Il nostro obiettivo - dice Gargano - è quello di intercettare un pubblico di consumatori sempre più vasto, culturalmente evoluto e alto spendente in grado di riconoscere la qualità". "Nel 2007 - con oltre 16.53 milioni di dollari in valore, l'**olio** di oliva ed altri grassi hanno rappresentato la terza voce dell'export in Cina dopo il vino e il cioccolato - ha riferito Maurizio Forte direttore Ice di Shanghai, e registra un +46,89 per cento rispetto al 2006". Un trend di crescita favorevole che è confermato già nei primi nove mesi del 2008. "A fine settembre di quest'anno, abbiamo superato in valore gli 11.55 milioni di dollari - ha poi aggiunto Forte - e siamo cresciuti dell'83.66% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno". (segue) (com/esp) 211531 NOV 08 NNNN

[Ricerca per: OLIO](#)

Ricevuta alle: 15:31 (GMT+1) in data

Vinitaly china: consumo di vino sopra il miliardo di bottiglie (3)

Roma, 21 NOV (Velino) - L'appeal delle produzioni agroalimentari italiane di qualità è alto in Cina, infatti, "nonostante nel 2007 l'Italia sia stata solo 27^a nella classifica dei fornitori di prodotti agroalimentari - ha spiegato Maurizio Forte, direttore dell'ICE di Shanghai -, se si considerano solo vino, **olio**, pasta e cioccolato il nostro Paese sale al 3° posto". Per promuovere la produzione oleicola italiana a Vinitaly China partecipa Unaprol con Portfolio, il catalogo dei migliori oli extra vergine di oliva italiani. Proprio sull'attrazione verso le produzioni di qualità punta il lavoro di promozione di Buonitalia: "Grazie alla varietà che caratterizza la produzione enologica italiana abbiamo un vantaggio rispetto ai nostri competitor - ha detto il presidente Brunello -, che è quello di poter proporre abbinamenti dei nostri vini con tutti i piatti della tradizione cinese, ma puntiamo anche alla 'contaminazione', con l'inserimento dell'**olio** e dei formaggi". Il bacino di maggiore interesse è quello dei giovani, che hanno un modo di spendere più simile a quello dei loro coetanei occidentali. Per i cinesi ricchi o comunque benestanti di età più avanzata, invece, l'acquisto di lusso rappresenta ancora principalmente un mezzo per dimostrare il proprio successo, piuttosto che la ricerca di nuove esperienze. In particolare per il vino, i consumatori cinesi si possono dividere in due categorie: i "middle-aged slurpers" e i "white collars connoisseurs". I primi sono quelli che bevono alcolici nelle occasioni di lavoro o di festa, preferendo tra i vini quelli di produzione nazionale. I secondi sono giovani professionisti o impiegati con buona propensione a spendere, che scelgono vini importati perché più attenti alla qualità". (com/esp) 211529 NOV 08 NNNN

[Ricerca per: OLIO](#)

FOOD:CON VINITALY SI FORMA SISTEMA-ITALIA PER PROMOZIONE CINA (2) =

(AGI) - Roma, 21 nov. - "Dobbiamo credere nelle potenzialità di questo mercato - ha detto Andrea Sartori, presidente dell'UIV, in Cina con Vinitaly per il progetto di promozione 'The next quality experience' finanziato dall'UE e realizzato in collaborazione con Veronafi - come abbiamo fatto 30 anni fa con gli Usa. Bisogna moltiplicare gli sforzi per farci conoscere e Vinitaly in questo svolge un ruolo importante".

Nonostante la sua immaturità, il mercato del vino in Cina è già tra i primi al mondo e secondo le stime del China Council for the Promotion of International Trade - CCPIT nel 2011 saranno oltre un miliardo le bottiglie consumate. "Oggi - ha detto Yu Chen, segretario generale del CCPIT - la Cina importa vino da 40 Paesi diversi e per la promozione dell'Italia Vinitaly è uno strumento efficace perché porta qui anche la cultura del vino e del food". L'appeal delle produzioni agroalimentari italiane di qualità è alto in Cina, infatti, "nonostante nel 2007 l'Italia sia stata solo 27^a nella classifica dei fornitori di prodotti agroalimentari - ha spiegato Maurizio Forte, direttore dell'ICE di Shanghai -, se si considerano solo vino, **olio**, pasta e cioccolato il nostro Paese sale al 3^o posto". Per promuovere la produzione oleicola italiana a Vinitaly China partecipa Unaprol con Portfolio, il catalogo dei migliori oli extra vergine di oliva italiani.

Proprio sull'attrazione verso le produzioni di qualità che punta il lavoro di promozione di Buonitalia "Grazie alla varietà che caratterizza la produzione enologica italiana abbiamo un vantaggio rispetto ai nostri competitor - ha detto il presidente Brunello -, che è quello di poter proporre abbinamenti dei nostri vini con tutti i piatti della tradizione cinese, ma puntiamo anche alla 'contaminazione', con l'inserimento dell'**olio** e dei formaggi". Il bacino di maggiore interesse è quello dei giovani, che hanno un modo di spendere più simile a quello dei loro coetanei occidentali. Per i cinesi ricchi o comunque benestanti di età più avanzata, invece, l'acquisto di lusso rappresenta ancora principalmente un mezzo per dimostrare il proprio successo, piuttosto che la ricerca di nuove

esperienze. In particolare per il vino, i consumatori cinesi si possono dividere in due categorie: i "middle-aged slurpers" e i "white collars connoisseurs". I primi sono quelli che bevono alcolici nelle occasioni di lavoro o di festa, preferendo tra i vini quelli di produzione nazionale. I secondi sono giovani professionisti o impiegati con buona propensione a spendere, che scelgono vini importati perche' piu' attenti alla qualita'. (AGI) Comunicato stampa del Servizio Stampa Veronafiere Tel.: + 39.045.829.82.42 - 82.85 - 82.10 - 82.90 - 83.78 Fax: + 39.045.829.81.13 E-mail: pressoffice@veronafiere.it - www.vinitaly.com .bru 211321 NOV 08

NNNN

Ricerca per: OLIO

Ricevuta alle: 13:21 (GMT+1) in data: 2008-11-21 via linea N.: 2

OLIO:UNAPROL-VERONAFIERE, CINA NUOVA 'FRONTIERA' MADE IN ITALY (2) =

(AGI) - Roma, 21 nov. - "Con l'**olio** extra vergine di oliva made in Italy, compagno di viaggio del Vinitaly China, Veronafiere - ha riferito il consigliere delegato all'internazionalizzazione Camillo Cametti - mira ad incrociare quel potenziale bacino di oltre 350 milioni di consumatori cinesi benestanti e con alta capacita' di acquisto che rappresenteranno entro il 2020 il bacino di riferimento per il business del made in Italy di alta qualita'". La scelta di Shanghai per Portfoil e' strategica. La metropoli ha 16 milioni di abitanti. E' il primo porto commerciale al mondo ed ha un reddito pro-capite di oltre 7.000\$ contro i 1.970 dollari della media nazionale ed e' la citta' dove si seguono maggiormente le tendenze occidentali - dalla moda all'alimentazione - con una popolazione giovane e, spesso, benestante. Shanghai, con oltre 5 chilometri quadrati di superficie allestita, sara' anche la sede dell'Expo internazionale del 2010, dedicato agli stili di vita del XXI secolo. Un appuntamento che potrebbe dare un forte impulso all'interscambio bilaterale Italia-Cina ancora contenuto in un esiguo 1% di quota per quanto attiene alle esportazioni tricolori sul totale dell'export mondiale verso Pechino e in un 2% dell'import globale di prodotti Made in China. Portfoil, che presenta la migliore offerta dell'**olio** extra vergine di oliva 100% made in Italy, prodotto da 150 aziende Unaprol, mira ad incrociare le nuove tendenze alimentari della popolazione locale. I cinesi guardano all'aspetto salutare del cibo tanto quanto al gusto. La cucina occidentale sia per il costo che per il gusto, rimane largamente appannaggio della comunita' straniera e di una e'lite di cinesi. La maggioranza dei ristoranti italiani a Shangahi e' localizzata nella zona che ha la piu' alta concentrazione di uffici stranieri. Ci sono ristoranti di altre cucine nazionali e finora quella italiana e' la piu' diffusa, seguita da quella stile americano, quelle francese e tedesca e le new entry sono i ristoranti spagnoli, russi e greci. L'affluenza di clienti cinesi ai ristoranti italiani supera il 30% del totale e il restante e' composto da stranieri. Le persone che frequentano i ristoranti occidentali sono quelle che, per lavoro, hanno contatti con gli stranieri, viaggiano per lavoro si considerano cittadini del mondo, guadagnano abbastanza tanto da permettersi uno stile di vita piu' elevato. Portfoil diventa per questo bacino di consumatori alto spendenti, il tour operator del gusto italiano e li accompagna nel viaggio dei mille sapori dell'**olio** extra vergine di oliva di alta qualita', 100% made in Italy.(AGI) Bru 211309 NOV 08

NNNN

Ricerca per: OLIO

Ricevuta alle: 13:09 (GMT+1) in data: 2008-11-21 via linea N.: 2

Roma, 21 novembre '08

[Olio: Il made in Italy in Cina](#)

[Unaprol e Veronafiere candidano Portfoil ambasciatore qualità 100% italiana in Cina](#)

"Il made in Italy in Cina è una sfida ancora tutta da giocare e Shanghai, la città con oltre 100 ristoranti italiani, rappresenta la nuova frontiera p ... » continua

http://www.italy-recipes.com/ricette/news_ita.asp

ECO S0A S41 S04 QBXV

VINO: IN CINA BOOM CONSUMO, TOUR VINITALY PER MADE IN ITALY

(ANSA) - VERONA, 19 NOV - Un tour a Pechino, Shanghai e Macao per far

conoscere l'Italia del vino. Veronafiere promuove il vino italiano in Cina con

la decima edizione del 'Vinitaly China', un tour che dal 19 al 22 novembre porta un centinaio di aziende italiane alla conquista delle citta' a maggior potenziale di consumo: Pechino, Shanghai e Macao.

In queste tre citta', infatti, si concentra il piu' alto tasso di crescita del consumo di vino nel mondo (a Pechino il consumo e' aumentato del 50% solo nel 2007) e fino al 2013 crescerà del 13% l'anno. Partecipano a 'Vinitaly China' l'Unione Italiana Vini con il presidente Andrea Sartori per il progetto Ue 'The next quality experience' e Unaprol con Portfoil, il catalogo dei migliori oli extra vergine di oliva italiani.

(ANSA).

BOG 19-NOV-08 17:34 NNNN

VINO: AL VIA LA DECIMA EDIZIONE DI VINITALY CHINA =

(AGI) - Roma, 19 nov. - Veronafiere promuove il vino italiano in Cina con la decima edizione del Vinitaly China, l'evento internazionale di riferimento per il vino italiano all'estero con un tour che dal 19 al 22 novembre porta un centinaio di aziende italiane alla conquista delle citta' a maggior potenziale di consumo: Pechino, Shanghai e Macao. In queste tre citta' si concentra infatti il piu' alto tasso di crescita del consumo di vino nel mondo (a Pechino il consumo e' aumentato del 50 per cento solo nel 2007) e fino al 2013 crescerà del 13 per cento l'anno. Partecipano a Vinitaly China l'Unione Italiana Vini con il presidente Andrea Sartori per il progetto UE "The next quality experience" e Unaprol con Portfoil, il catalogo dei migliori oli extra vergine di oliva italiani. "Con questa edizione - ha detto Camillo Cametti, consigliere di Veronafiere delegato alle attivita' internazionali durante l'inaugurazione della prima giornata di lavori - Vinitaly China taglia il traguardo dei dieci anni, continuando nel suo impegno di promozione del vino italiano. Le prospettive sono buone perche' l'import dall'Italia continua a crescere come dimostrano i dati dei primi otto mesi dell'anno resi noti ieri dall'Istat, che parlano di quasi 51mila ettolitri per un valore superiore a 9,5 milioni di euro contro meno di 41mila ettolitri e 8,4 milioni di euro dello stesso periodo 2007. Si tratta di un aumento del 24,4 per cento in quantita' e del 13,1 per cento in valore". "Per questo - spiega Giovanni Mantovani, direttore generale di Veronafiere - continuiamo a potenziare le attivita' di Vinitaly nel Paese, aggiungendo quest'anno la tappa di Macao, che da' ai produttori italiani un'importante chance in un mercato di consumo potenzialmente molto interessante". (AGI) Rus 191219 NOV 08

NNNN