

Brand

Hofex di Hong Kong, successo per Bormioli Luigi

Bormioli Luigi, nota e storica vetreria di Parma, ha preso parte, dall'8 all'11 maggio, alla fiera Hofex di Hong Kong, la principale manifestazione interamente dedicata al food e all'ospitalità dell'area Asia-Pacifico. La fiera, che ha cadenza biennale, quest'anno ha visto la partecipazione di 2500 espositori provenienti da tutto il mondo e di 50.000 buyer operanti per strutture ricettive e ristoranti di prestigio: interlocutori di grande importanza strategica per l'azienda parmigiana, già fornitrice di gruppi come Armani, Hilton, Sofitel e Four Seasons. La produzione Bormioli Luigi, oltre a numerosi articoli destinati all'arredo della tavola e alla conservazione dei cibi, comprende una gamma particolarmente variegata di calici e bicchieri in vetro cristallino soffiato senza piombo. Simbolo del know-how dell'azienda è infatti il calice Michelangelo: lanciato nel 1977 fu il primo realizzato "in un solo pezzo" da una vetreria con produzione automatica. Da 40 anni ormai il calice Michelangelo, che nel tempo ha subito modifiche per rispondere a nuove tendenze ed esigenze di consumo è un best seller, venduto, a oggi, in oltre mezzo miliardo di pezzi. Il calice trova la massima espressione nella linea Michelangelo Professional Line Gold Label, oggi arricchita di quattro nuove referenze destinate alla degustazione di Pinot Nero, Chianti, Riesling e Prosecco.



Artù