

POSITIVA L'EDIZIONE 2013, PREVISTE NOVITÀ PER IL 2014

Vitaly 2013 tra business e consumatori

di **Clementina Palese**

Con 148.000 visitatori, dei quali 53.000 provenienti da 120 Paesi esteri, Vitality conferma la sua vocazione a essere al tempo stesso fiera di affari e di pubblico. Nell'edizione 2013 appena conclusa i visitatori sono aumentati del 6%.

«Un risultato importante per le 4.200 aziende espositrici provenienti da 20 Paesi – ha sottolineato Ettore Riello, presidente di Veronafiere – e per uno dei settori di rilievo del made in Italy, che ancora traina la bilancia commerciale del Paese e dà lavoro e ricchezza ai territori e all'immagine dell'Italia nel mondo».

«La crescita del 10% dei visitatori esteri rispetto al 2012 – ha sottolineato Giovanni Mantovani, direttore generale di Veronafiere – è accompagnata dalla grande qualità degli operatori specializzati, buyer esteri provenienti dai mercati tradizionali, ma anche dai Paesi emergenti, quali Cina e Russia. In aumento anche i giornalisti (2.643 da 47 Paesi), a testimonianza della crescente attenzione dei media al vino».

Fiera d'affari o vetrina?

Il cambiamento delle date della manifestazione a partire dall'anno scorso, da domenica a mercoledì, è stato un passo verso una maggiore «professionalizzazione» delle presenze, accolto con molto favore dagli espositori. Nonostante questo non pare significativa la concentrazione dei visitatori non professionali nella giornata di domenica e, secondo alcune imprese per cui la fiera è un momento per consolidare contatti di affari e farne di nuovi, sarebbe il caso di inserire un correttivo che «costerebbe» a

Veronafiere la riduzione degli ingressi. Inevitabile il raffronto con altre manifestazioni come il Prowein di Dusseldorf (Germania) alle spalle da pochi giorni. D'altra parte molte aziende di grandi dimensioni e alcuni consorzi di tutela puntano nelle giornate veronesi proprio sul rapporto diretto con i consumatori. Insomma molte sono le anime da far convivere, compresa quella degli eventi e dei convegni che, mai come quest'anno, sono stati numerosi con incontri di impatto più mediatico che vitenologico, come quello tra il sindaco della città scaligera, Flavio Tosi, e il primo cittadino di Firenze, Matteo Renzi, che ha portato il Vitality nelle aperture dei diversi telegiornali nazionali. Per quanto riguarda gli aspetti logistici, bisogna dare atto all'ente veronese di aver risolto i problemi di telecomunicazione che si erano verificati negli anni scorsi, di aver riqualificato i parcheggi e migliorato la viabilità.

L'attenzione ai mercati internazionali

Ottimismo e attenzione ai mercati esteri hanno contraddistinto questa 47ª edizione, come sempre connotata come fiera di affari e di pubblico con 148.000 presenze, in aumento del 6%

Molti produttori ritengono che Vitality stia rimarcando la sua connotazione di fiera d'affari, oltre che di appuntamento irrinunciabile di visibilità, anche grazie all'attività di incoming realizzata da Veronafiere attraverso Vitality International.

Sono state molte, infatti, le rappresentanze commerciali da tutti i continenti, tra cui la delegazione del Ministero del commercio della Repubblica Popolare Cinese, in considerazione delle grandi opportunità offerte da questo mercato. Grazie all'accordo con Ice-Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, inoltre, è stato allestito presso il Palaexpo un «desk assistenza Ice» per informazioni di primo orientamento sui mercati internazionali e le attività dell'Ice e approfondimenti su Brasile, Cina, Giappone, Regno Unito e Usa.

Sabato 6 aprile, il giorno precedente all'apertura di Vitality, si è svolta OperaWine, una «superdegustazione» dedicata ai buyer esteri, fortemente orientata al mercato Usa grazie alla collaborazione con la rivista Wine Spectator. L'evento diventerà nel 2015 «OperaWineExpo» grazie all'intesa con l'amministratore delegato di Expo 2015, Giuseppe Sala. Sul fronte dei mercati – nella fase di avvio nazionale poi internazionali – l'attività di Vitality continuerà con la nuova iniziativa di e-commerce VitalityWineClub.

Spazio ulteriore al bio

Vivit, Vini vignaioli terroir, lo spazio che per il secondo anno ha ospitato il «vino artigianale espressione autentica del territorio che lo produce» – per autocertificazione biologico e/o biodinamico – ha replicato il successo dell'anno scorso, nonostante la posizione meno favorevole (pag. 11) a dimostrare un interesse specifico dei visitatori. Il Vitality 2014 (dal 6 al 9 aprile) vedrà l'esordio di VitalityBio, un nuovo salone dedicato ai vini certificati biologici, organizzato in partnership con FederBio. Buoni risultati anche per le altre manifestazioni che si svolgono in parziale sovrapposizione con il Vitality. Il Salone dei vini naturali, organizzato da VinNatur (6-8 aprile; Villa Favorita, Sarego, Vicenza), ha festeggiato il proprio decennale con 140 espositori, 300 importatori, 200 giornalisti, 3.600 visitatori e molta soddisfazione. ViniVeri 2013 - Vini Secondo Natura (6-8 aprile; Areaexpo «La Fabbrica», Cerea, Verona) ha riunito 120 vignaioli e produttori agroalimentari che autocertificano le proprie produzioni secondo i dettami della «regola» del Consorzio ViniVeri.

Clementina Palese