

Eventi Tra le novità il salone dedicato ai prodotti biologici e lo spazio per gli incontri d'affari

Verona Un trampolino per l'estero

La Fiera fa il pieno: in arrivo 53 mila buyer stranieri, chiave di volta per crescere

DI FAUSTA CHIESA

Ha sfondato il record di 100 mila metri quadrati espositivi netti e ha ricevuto richieste di partecipazione che hanno superato ancora una volta le aree disponibili. Non si ferma la carica di Vinitaly, in programma per quattro giorni e non cinque da domenica 6 a mercoledì 9 aprile a conferma della formula inaugurata l'anno scorso. Appena rientrati da Chengdu, in Cina, dove grazie a Vinitaly International hanno preso parte al fuori salone del China Food and Drinks Fair for Wine & Spirits, i vignaioli italiani arrivano all'appuntamento alla Fiera di Verona forti di numeri che grazie all'export sono abbondantemente positivi.

Non solo buyer

Oltre 4 mila gli espositori all'interno del quartiere fieristico, allargato per accogliere con un padiglione dedicato anche gli stranieri, quasi 150 in tutto. Una novità assoluta, salutata da Ettore Riello, presidente di Veronafiere come una conferma della qualità del vino italiano: «Oggi — dice — possiamo confron-

tarci con l'estero e lo possiamo fare grazie ai produttori italiani, che con costanza e grande continuità hanno saputo realizzare un prodotto che non teme più il

confronto con gli operatori esteri. La presenza del padiglione di vini esteri, inoltre, trasmette un'immagine di Vinitaly internazionale, che si rispecchia non soltanto nella strategia di acquisire buyer e operatori esteri, ma anche nell'utilizzo degli stranieri per favorire sempre di più l'incoming, l'arrivo di visitatori e professionisti da Oltreconfine che è il grande punto di forza».

Il bio business

Sull'afflusso di compratori stranieri, 53 mila nell'edizione passata, l'ente veronese conta molto e investe direttamente: un milione di euro i soldi spesi per promuovere l'arrivo alla manifestazione di buyer dei Paesi indicati come più interessanti dagli espositori nell'indagine realizzata dopo Vinitaly 2013. Per favorire gli incontri d'affari è stato allestito uno spazio ad hoc, la International Buyers' Lounge, nuova area per il b2b dedicata a operatori provenienti da Oltreconfine. Gli arrivi sono attesi da oltre 120 Paesi.

Altra novità di questa 48esima edizione è il salone Vinitalybio, organizzato in collaborazione con Federbio e pensato per dare visibilità ai vini biologici certificati, che dal 2012 hanno il logo europeo, una foglia formata da dodici stelle bianche su fondo verde brillante con al centro una cometa. «Quella per i vini bio, passati in pochi anni da ristretta nicchia di mercato a prodotti di tendenza — spiega Alessandro Regoli di WineNews — è una mania che bisogna considerare: in base a un nostro sondaggio, l'82% degli eno-appassionati ha aumentato i consumi di vino biologico negli ultimi tre anni e questo nonostante il generale calo dei consumi. Il tema della sicurezza e della garanzia certificata è molto sentito» Dopo l'ingrandimento del quartiere e l'apertura al bio e al vino estero, che cosa farà Vinitaly in futuro? «Il prossimo progetto — dice Riello — è quello di avere un grande osservatorio attento sul mercato italiano, oggi dimenticato. Ma come sempre ci occuperemo dello sviluppo dell'internazionalizzazione, per dare agli operatori le leve per arrivare ovunque nel mondo ci sia interesse. A volte le

aziende familiari e piccole da sole non ce la fanno. Noi le accompagniamo».

E anche chi ha finanziato e continua a finanziare la crescita del vino italiano rivendica la sua parte. «Siamo partner di questa rassegna da sempre e non poteva essere altrimenti visto che la Banca Mutua Popolare è nata quasi 150 anni fa finanziando proprio il settore primario — dice Domenico De Angelis, condirettore generale del Banco Popolare —. Da allora il settore vitivinicolo è cresciuto costantemente ed è diventato impresa investendo, innovando e conquistando il mercato internazionale. In questo percorso, siamo sempre stati al fianco delle aziende, aiutandole a raggiungere livelli di qualità e competitività che le consacrano, nonostante la crisi, leader mondiali».



Organizzazione Ettore Riello, alla guida di Veronafiere

Siamo diventati più internazionali. Ora le aziende hanno gli strumenti per fare il salto



Peso: 29%