Scritto da Red.
Lunedì 21 Febbraio 2022 13:42

VERONA – Dall'Europa agli Stati Uniti, da Singapore al Giappone, dall'Eurasia fino agli emergenti mercati africani. Accelera il piano strategico di Veronafiere per l'edizione numero 54 di Vinitaly che, con più di 4mila aziende espositrici, ritorna dal 10 al 13 aprile prossimo traguardando il tutto esaurito. Nella campagna già avviata, sono 60 i Paesi coinvolti dal programma di promozione, comunicazione e incoming targato dalla Spa fieristica e da Ice Agenzia che condividono, oltre a un investimento complessivo da 3 milioni euro, anche la selezione di una business list di 500 top buyer da tutto il mondo, a cui si aggiungeranno migliaia di operatori nazionali e internazionali.

«Stiamo riscontrando un alto tasso di fiducia e di aspettativa sia da parte degli operatori internazionali che dalle aziende espositrici. Ad ora – commenta il direttore generale di Veronafiere, Giovanni Mantovani – abbiamo già l'adesione di delegazioni che coprono le aree di Canada, Usa con particolare riguardo a Midwest, West Coast e Texas, oltre che Singapore, Malaysia e, per l'Europa, di Regno Unito, paesi Scandinavi, Danimarca, Paesi Bassi, Germania, Svizzera e da alcuni dei paesi più interessanti dell'Est Europa, ad iniziare dalla Polonia. Inoltre, stiamo lavorando con il ministero degli Affari esteri per creare un corridoio specifico col Giappone che favorisca la presenza degli operatori del Sol Levante. Stiamo ricevendo riscontri molto positivi dalla regione eurasiatica e da quelle piazze potenzialmente interessate al vino tricolore che erano in stand by a causa delle limitazioni. Inoltre, in questi giorni abbiamo chiuso un accordo di collaborazione strategica con alcune aziende espositrici per l'attuazione di un ulteriore piano straordinario di incoming dal valore di 1 milione di euro».

Tra le azioni di Veronafiere anche i roadshow di Vinitaly con 3 tappe estere organizzate da Veronafiere in sinergia sempre con Ice e il ministero degli Affari esteri, che hanno inserito il brand fieristico di promozione del vino nella campagna "Italy is simply extraordinary: Be IT",

attiva da novembre scorso su 26 mercati target per il made in Italy.

Sarà Shenzhen, il 26 febbraio, ad aprire il calendario di Vinitaly roadshow, a seguire Mosca, il 3 marzo, con una conferenza stampa e un walk around tasting previsti a conclusione dei corsi Via – Vinitaly international academy. A seguire, l'8 marzo, sarà la volta di New York, quindi Londra il 14 marzo, Monaco di Baviera (17marzo), mentre Chengdu chiuderà il tour promozionale (20-23 marzo) in vista del 54° Vinitaly, che si svolgerà in contemporanea a Enolitech, Salone internazionale delle tecnologie per la produzione di vino olio e birra e a Sol&Agrifood, la rassegna dedicata all'agroalimentare di qualità.

Secondo le disposizioni vigenti, l'accesso alle manifestazioni fieristiche è consentito solo con super green pass o, per espositori e visitatori esteri con status vaccinale diverso da quello riconosciuto dall'Italia, con green pass ottenuto tramite tampone. Nel quartiere fieristico di Veronafiere sono attivi strumenti e misure di controllo e di sicurezza previsti dal protocollo 'Safebusiness' (info sul sito di Veronafiere)2