Scritto da Red.
Mercoledì 18 Gennaio 2023 11:55

VERONA – Vinitaly, e il vino italiano, in primo piano con un road show globale realizzato in collaborazione con il sistema paese. Dal 19 gennaio al 23 febbraio prossimi, la principale manifestazione al mondo del prodotto enologico tricolore approderà in 9 Paesi (12 città, 13 tappe in 3 continenti: Europa, Asia e Nord America) che rappresentano complessivamente i due terzi del totale delle esportazioni di vino del Belpaese.

« È un lavoro di squadra con le istituzioni che vede coinvolte le istituzioni, l'Ice e il sistema camerale, la rete di rappresentanza estera e la struttura interna di Veronafiere – sottolinea il presidente Federico Bricolo –. Un'attività in linea con la mission aziendale che guarda in primis alla promozione delle etichette italiane, in un momento particolarmente delicato per il settore impegnato a fronteggiare l'impatto dell'aumento dei costi di produzione. Il Roadshow è anche una occasione di esplorare nuove opportunità per un presidio stabile della Fiera di Verona su alcuni mercati di interesse, come già in atto con Wine To Asia e Vinitaly China Road Show per la Cina e la più ampia area del Far East, e con Wine South America per il Brasile e il continente sudamericano».

«Si tratta di una iniziativa di promozione senza precedenti nella storia della manifestazione, che si aggiunge e implementa l'importante investimento di oltre 3 milioni di euro per l'incoming di buyer e operatori in vista del prossimo Vinitaly, in programma a Veronafiere dal 2 al 5 aprile – evidenzia l'amministratore delegato di Veronafiere, Maurizio Danese –. 50mila chilometri complessivi di viaggio verso i Paesi-obiettivo che rappresentano, sia in chiave prospettica che di consolidamento, buona parte del presente e del futuro commerciale del vino italiano nel mondo».

Il Roadshow di Vinitaly si articola in 13 tappe nell'ambito delle quali sarà presentata anche la 55^ edizione della rassegna, espressione internazionale del made in Italy enologico. In programma in molti appuntamenti un percorso formativo curato dalla Vinitaly International Academy, creata da Veronafiere-Vinitaly proprio con la funzione di diffondere la conoscenza della unicità e varietà del patrimonio enologico italiano verso i buyer, gli operatori del settore ho.re.ca e dei mass media.

Prima tappa il 19 gennaio a Rust (Austria) a cui seguono Princeton (USA) il 23, New York (USA) il 24 e 25, Copenaghen (Danimarca) sempre il 24. Nel mese di febbraio il calendario prevede gli appuntamenti di Chicago (USA, 2 febbraio), Monaco (Germania, 6 febbraio), Bruxelles (Belgio, 7 febbraio), Zurigo (Svizzera, 8 febbraio), Londra (UK, 8 febbraio) e Cardiff (UK, 9 febbraio). Il mese si chiude con gli appuntamenti di Tokyo (Giappone, 21 febbraio) e Seoul (Corea del Sud, 23 febbraio), anch'esse in collaborazione con le istituzioni, Ice-Agenzia e il sistema camerale.

I 9 Paesi selezionati da Vinitaly per le missioni promozionali rappresentano i due terzi del valore e del volume di vino tricolore esportato nel 2022 (dati cumulati a settembre 2022). Per l'Osservatorio Uiv-Vinitaly sono oltre 10,5 i milioni gli ettolitri spediti (-2% sul corrispondente periodo del 2021), per un controvalore di 3,8 miliardi di euro, in aumento del 10%. In valore, gli Usa rappresentano il primo mercato per i prodotti nazionali (1,4 miliardi di euro, sempre a settembre 2022, e una quota del 25% sul totale fatturato dal settore vitivinicolo nel mondo), seguiti da Germania (851 milioni di euro, +6% e una quota del 15%) e UK (10% di share, 581 milioni di euro, per una crescita del 15%). Insieme questi tre mercati rappresentano la metà del totale valore/volume del vino italiano esportato nel mondo. In generale, tra spumante, frizzante e vini fermi in bottiglia, sono questi ultimi a fare la parte del leone sui 9 mercati: con valori superiori al 70% di quota in volume troviamo Germania, Corea, Giappone, Svizzera, con punte del 90% in Danimarca. Lo spumante ha alleggerito il peso dei fermi in Usa (33% contro 60%), ma soprattutto in UK (43% contro 55%), Belgio (38% contro 59%) e Austria (31% contro 46%). L'incidenza maggiore dei frizzanti la si trova invece in Austria (23% sul totale) e Germania (15%). Per l'Osservatorio, sommando i valori dei 9 mercati, i vini fermi totalizzano il 64% dei volumi esportati, gli spumanti sono al 28% e il resto (8%) va ai frizzanti.

Il 55° Vinitaly, che al progetto incoming internazionale abbina un Tour interno tra le principali imprese italiane del vino, si preannuncia ancora più strategico sul fronte del business, in particolare con innovazioni legate al B2B diretto aziende/buyer, ma anche con un potenziato "Taste and BUY", con operatori individuati dalla rete internazionale di delegati della fiera in collaborazione con le imprese. Spazio anche al formato digitale, con la piattaforma "Vinitaly Plus" per il consolidamento dei rapporti commerciali lungo tutto il corso dell'anno e che

permette la creazione di un’agenda per incontri durante i giorni di manifestazione tra buyer e produttori.

SCHEDA DATI MERCATO