Scritto da Red.
Giovedì 02 Marzo 2023 12:47



VERONA – Un quartiere fieristico di oltre 100mila mq netti, diciassette padiglioni tra fissi e tensostrutture al completo, pronti a diventare il più grande centro b2b internazionale del vino italiano e non solo, con più di 4mila aziende in rappresentanza di tutto il made in Italy enologico e da oltre 30 nazioni (dati aggiornati al 2 marzo, ndr). Vinitaly 2023, il salone internazionale in programma a Veronafiere dal 2 al 5 aprile, rinsalda il proprio posizionamento business e di servizio a sostegno di uno dei settori tra i più strategici dell'export tricolore e, per la 55ª edizione, rafforza ulteriormente il piano di sviluppo dell'unica manifestazione che ha contribuito a segnare crescita e successo del vino italiano sui mercati internazionali.

"A pochi giorni dalla conclusione del Roadshow straordinario di Vinitaly in 9 Paesi di tre Continenti, realizzato in collaborazione con Ice-Agenzia unitamente alla rete internazionale dei nostri delegati esteri, abbiamo definito la selezione dei top buyer che saranno in fiera - spiega il presidente di Veronafiere, Federico Bricolo -. In questo momento di grande cambiamento, tra sfide e opportunità, Vinitaly rimane un brand globale di promozione, in grado di generare nuovi sbocchi. Infatti, nel corso delle 13 tappe realizzate tra Europa, America e Asia abbiamo toccato con mano l'ulteriore potenziale sia sulle piazze più consolidate sia su quelle emergenti. Un potenziale - conclude Bricolo - che mettiamo a disposizione delle aziende già da questa edizione, con l'obiettivo di completare la mappatura di nuovi importatori e operatori qualificati entro il 2024. Uno sforzo e un investimento importante e necessario per garantire competitività al settore".

Per l'amministratore delegato della Spa fieristica di Viale del Lavoro, Maurizio Danese: "L'ascolto delle imprese italiane è stato fondamentale per il varo dei prossimi Vinitaly. Non è un caso, se i Paesi protagonisti nel Roadshow sono nella top 10 degli obiettivi di mercato dei nostri

espositori. Così come la scelta di presidiare sempre di più l'Asia: Cina, Giappone, Sud Corea ma anche Singapore, Hong Kong, Vietnam e altri sommano infatti il 20% dei prossimi target internazionali delle imprese italiane del vino. Un'area emergente – prosegue Danese – che con la Cina segnerà il grande ritorno a Verona, grazie a una selezione di oltre 100 top Buyer del Dragone, tra gruppi dell'horeca, principali importatori e player dell'e-commerce. Ma l'evoluzione quali-quantitativa della domanda estera riguarderà ovviamente tutti i mercati di sbocco ed emergenti, dagli Stati Uniti al Canada, dalla Corea del Sud passando per il Vecchio Continente fino al Sud America con la previsione di incrementare i top buyer del 40% sul 2022".

Business, quindi, ma anche comunicazione. Vinitaly, infatti, è un mega spot al vino italiano con quasi 4miliardi di audience generata sui media in Italia e all'estero nella settimana clou della manifestazione. Un ritorno intangibile di promozione indiretta che coinvolge anche gli altri due saloni che si svolgono in contemporanea a Verona - Enolitech con Vinitaly Design e Sol&Agrifood con B/Open e Xcellent Beers - che portano il totale espositivo in quartiere a più di 4.400 aziende.

Per quanto riguarda i temi e i format business, il 55° Salone internazionale del vino e dei distillati sarà preceduto, sabato 1° aprile, da Vinitaly OperaWine, la degustazione prologo con i 130 produttori portabandiera selezionati da Wine Spectator. Mentre il palinsesto fieristico vede la conferma delle principali aree tematiche (Vinitaly Bio, International wine hall, Vinitaly Mixology e Micro Mega Wines a cura del wine writer Ian D'agata), del matching del Taste and Buy, con operatori selezionati dalla rete fieristica in collaborazione con i Consorzi di tutela e del Tasting Express con le più importanti riviste internazionali di settore. Oltre 70 le degustazioni previste ad oggi dal calendario ufficiale della manifestazione (in aggiornamento su vinitaly.com). Tra queste, il walk around tasting dei Tre Bicchieri 2023 del Gambero Rosso (domenica 2 aprile) e dell'Orange Wine Festival (3 aprile) che vede la presenza di aziende top da 10 paesi, oltre al Vinitaly Tasting - The DoctorWine Selection a cura di Daniele Cernilli (2 e 3 aprile), ideato per i buyer e gli operatori dell'horeca e ai focus di Young to Young ovvero: Le giovani cantine si raccontano ai giovani comunicatori, tre sessioni di degustazione con dieci giovani produttori firmate da Paolo Massobrio e Marco Gatti.

Spazio anche ai concorsi. Il 22 marzo ritorna l'International packaging competition – Vinitaly Design, il concorso che premia il miglior packaging per trend, design e innovazione di vini, distillati, liquori, birra e olio extra vergine di oliva seguito dal 5 StarsWines The Book e Wine without walls, i riconoscimenti per le aziende che investono nel miglioramento qualitativo dei propri prodotti.

Prosegue, inoltre, la distinzione tra operatori in fiera e winelover. A questi ultimi è dedicato

Vinitaly and the city, il percorso di wine talk, tasting, mostre ed eventi del fuori salone nei luoghi più rappresentativi della città Patrimonio Unesco: Piazza dei Signori, Cortile Mercato Vecchio e Cortile del Tribunale. In programma dal 31 marzo al 3 aprile, Vinitaly and the city è organizzato da Veronafiere con la collaborazione di Comune di Verona, Provincia di Verona e Fondazione Cariverona).