

#FINE Valladolid: l'expo dell'enoturismo spagnolo è sempre più internazionale

scritto da Roxana Zeca | 21 Marzo 2023



Siamo stati ospiti e media partner per il quarto anno di fila alla fiera #FINEWineTourismExpo che si è tenuta in data 1 e 2 Marzo nella vivace cornice della città di Valladolid, nella storica regione di Castilla y León, dove prende vita una delle Denominazioni di Origine più rinomate del territorio ispanico: Ribera del Duero.

Alla fiera hanno partecipato 125 espositori tra cantine ed associazioni spagnole, portoghesi ed esponenti della regione del Champagne. Inoltre, l'impegno dell'organizzazione castigliana per rendere l'enoturismo spagnolo sempre più internazionale ed appetibile sui mercati esteri è stato

encomiabile. Numerosi infatti sono stati i buyer, agenzie di viaggi, intermediari, destination manager, giornalisti e gli influencer che hanno presenziato da tutto il mondo.

Ai nostri microfoni, **il Direttore Generale di FINE, Alberto Alonso, ci ha di fatto dichiarato che:** “FINE è una piattaforma di business, un mercato altamente specializzato. La partecipazione a questo evento garantisce a cantine e percorsi incontri con tour operator e agenzie di viaggio di tutto il mondo, che cercano di ampliare il proprio portafoglio di destinazioni. Quest’anno abbiamo avuto professionisti da 20 paesi, rispetto ai 12 della precedente edizione. **Il nostro progetto è nato a Valladolid, ma la sua vocazione è globale.** La città e la provincia sono culla di grandi storie legate al mondo del vino e attribuiscono grande importanza all’enoturismo. Per ampliare le opportunità della fiera e implementare le proposte sia da paesi consolidati che emergenti, **stiamo valutando l’opzione di organizzare la Fiera in una città differente, in Spagna o addirittura all'estero.** Per quanto riguarda l’Italia, è un mercato che consideriamo fondamentale per l’internazionalizzazione di FINE e speriamo di avere una rappresentanza consolidata di cantine italiane nell’edizione 2024.”

Oltre alla presenza durante i giorni di fiera, abbiamo avuto l’opportunità di toccare con mano la poliedricità dell’enoturismo castigliano grazie alla visita di **4 aziende vitivinicole in Ribera del Duero:** la storica **Protos** che ha dato il nome alla Denominazione di Origine, l’accogliente e intima **Dehesa de los Canónigos**, la lussuosa ed elegante **Abadia Retuerta** ed il peculiare **Monasterio de Valbuena** che ha la caratteristica di produrre un solo vino in edizione limitata.

Cosa abbiamo imparato da questa due

giorni:

- **Dare spazio al b2b dedicato all'enoturismo:** in fiera erano presenti due spazi dedicati ai business meeting tra buyer e aziende. Grazie alla piattaforma digitale della fiera è stato possibile organizzare i propri appuntamenti con largo anticipo tramite matching personalizzati, che portavano i buyer ad avere anche 15 ed oltre appuntamenti giornalieri per un totale di circa 1600 appuntamenti contati nei due giorni di fiera.
- **Non solo vino:** abbiamo partecipato ad un evento dove il vino era certamente un protagonista importante, ma che è diventato cornice di un focus più importante, quello dell'offerta hospitality. Tantissime agenzie presenti, infatti, non afferivano al mondo vinicolo e parlare solo di vino non sarebbe stato strategico per la vendita delle offerte enoturistiche.
- **L'importanza della comunicazione improntata alla vendita:** che gli interlocutori fossero buyer, influencer o stampa, tutte le aziende che abbiamo conosciuto sono state perfettamente in grado di farci comprendere la peculiarità della loro accoglienza con il medesimo entusiasmo e grazie all'aiuto di materiale cartaceo e/o digitale dedicato alla propria offerta enoturistica o follow-up post visita. Quanto più la comunicazione è efficace, tanto più l'interlocutore straniero potrà farsi portavoce dell'azienda, incrementandone la riconoscibilità.
- **Cooperazione:** in tutta la fiera abbiamo respirato un clima collaborativo volto a sostenere un obiettivo condiviso tra l'organizzazione, le Strade del Vino spagnole, le aziende e tutte le istituzioni presenti, che non si sono mai tirate indietro a presentarci l'importanza dell'enoturismo e indicarci contatti e colleghi con i quali approfondire la conoscenza.

Ricapitolando, quindi, l'interessante iniziativa è da monitorare nel suo sviluppo e saprà certamente crescere ulteriormente nelle prossime edizioni, strizzando l'occhio anche alle cantine italiane che vorranno entrare in relazione con buyer internazionali per proporre la propria offerta enoturistica.

iHasta pronto Valladolid!