

# #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 **Abadía 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!***