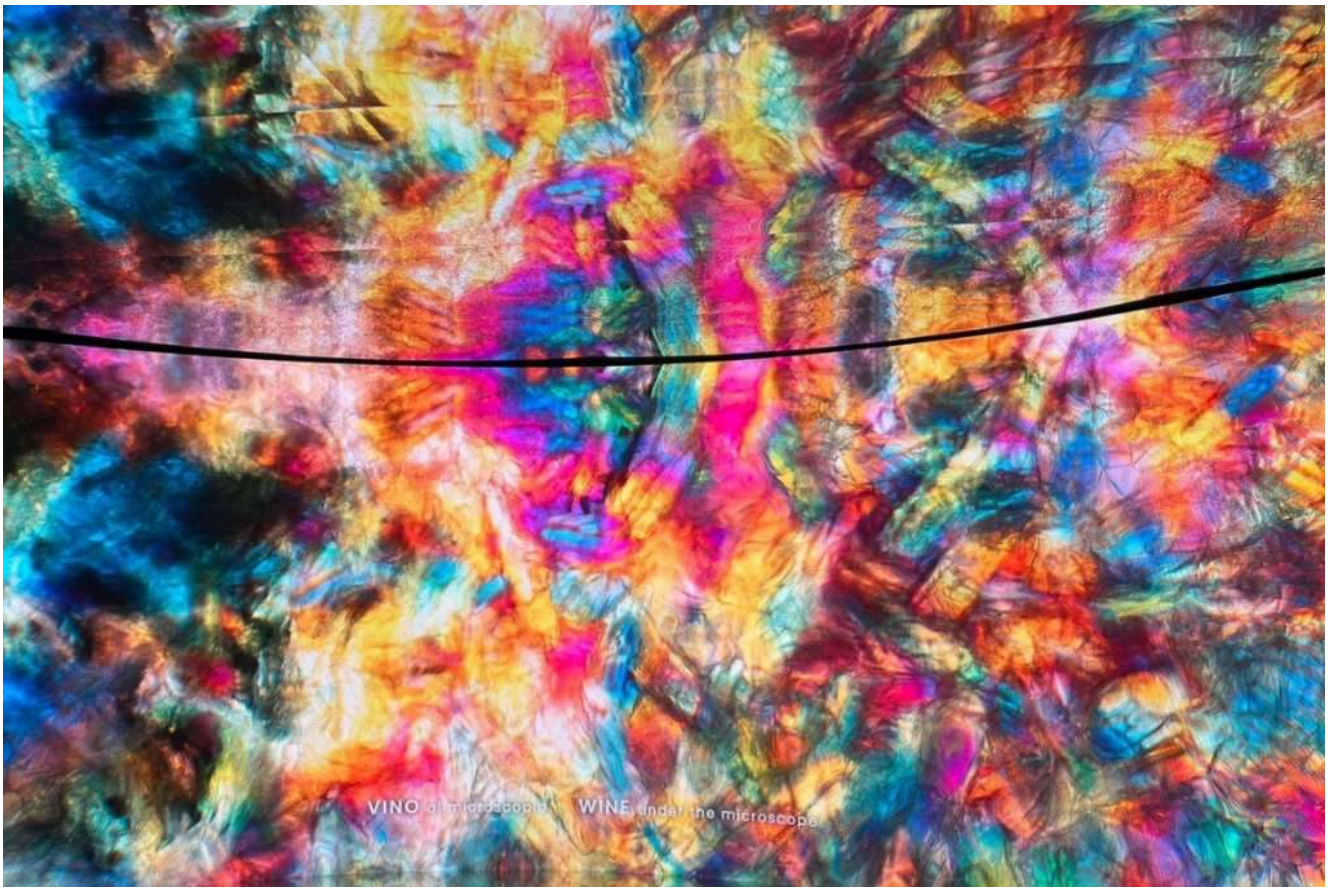
Vinitaly 2024: la grande festa e il ‘ma’ che inquieta

scritto da Fabio Piccoli | 17 Aprile 2024



Mia mamma soleva dire che “chi dice ma il cuor contento non ha”. Ho pensato a questo vecchio proverbio riflettendo su questa 56ª edizione di Vinitaly.

Un’edizione, va detto subito con onestà, che ha evidenziato un’**ottima** organizzazione da parte di VeronaFiere, la quale si è spesa per garantire una presenza di operatori ben profilata che ci è stata riconosciuta da quasi tutti gli espositori che abbiamo incontrato in questi quattro giorni.

Sottolineare ancora una volta che Vinitaly consolida il suo **posto** nel panorama delle fiere internazionali del vino può apparire quasi superfluo ma non era così scontato qualche anno fa.

Abbiamo intervistato anche numerosi **buye**r e non pochi (a

partire dai nordamericani) ci hanno evidenziato che dal prossimo anno le loro "discese" in Europa si concentreranno solo di Parigi e Verona disertando così il Prowein di Düsseldorf. Staremo poi a vedere se queste affermazioni si confermeranno nel concreto ma non vi è ormai dubbio che vi sarà una forte **razionalizzazione** nelle scelte dei buyer internazionali.

Ma torniamo agli umori delle imprese a questo Vinitaly 2024 che, come avevamo ampiamente anticipato, sono stati praticamente tutti all'insegna dell'**ottimismo** e della **positività**.

Leggi anche: Vinitaly 2024…era facile essere veggenti

Le preoccupazioni non hanno trovato spazio quest'anno alla Fiera di Verona e questo non lo si può considerare un aspetto negativo a patto che tutto ciò non rappresenti un pericoloso **atteggiamento dello struzzo**.

Ed è in questa direzione che si inserisce il nostro tutto bene "**ma**". Un "ma" frutto di quel **contrasto** evidente tra ciò che "ci siamo raccontati" a Vinitaly e ciò che sta fuori dai padiglioni di VeronaFiere.

Ho avuto quest'anno nettamente la sensazione di essere all'interno di una **famiglia** (quello di noi che amiamo e lavoriamo nel mondo del vino) che si protegge da un "**nemico**" **esterno** che ancora non conosciamo bene e per questo ci spaventa di più.

Per questo ritengo che sia difficile uscire da Vinitaly completamente soddisfatti e, almeno per quanto mi riguarda, esco con una sorta di **retrogusto amaro** (come mi ha detto un bravo direttore di un Consorzio di tutela). Un retrogusto amaro fortemente legato a qualcosa che non abbiamo voluto, se non molto marginalmente, affrontare a Vinitaly ma che molti produttori e manager vorrebbero anche evitare fuori da questa bella fiera.

E allora, in questa sorta di *Truman Show*, ci sentiamo rassicurati, quasi euforici; ma quando ci accorgiamo che l'orizzonte non è reale, ma dipinto, ci assale un senso di **sgomento**, di **paura**.

Ma sta proprio qui, secondo me, il vero rischio del nostro settore: **non guardare in faccia la realtà** per poter distinguere bene i rischi reali dalle false e inutili preoccupazioni.

Perché se è vero che vi sono **cambiamenti epocali**, molti dei quali stanno fortemente condizionando i modelli di consumo, a partire da quelli del vino, allo stesso modo non c'è un osservatorio mondiale che non evidenzi **sviluppi di crescita** dei mercati anche nel prossimo futuro.

Cito tra i tanti il *Research and Markets*, che unisce molteplici fonti di dati per fornire una panoramica dettagliata del settore vinicolo globale, incorporando dati provenienti da 107 Paesi. I dati mostrano che il settore vinicolo globale è stato valutato **346,8 miliardi di dollari** Usa nel 2022 e si prevede che registrerà un tasso di crescita annuale composto (CAGR) dell'**8,8%** nel periodo 2022-2027, per raggiungere 528,2 miliardi di dollari. Inoltre, in termini di volume, i risultati prevedono che il mercato globale del vino raggiungerà un totale di **26,7 miliardi di litri** nel 2027, rispetto ai 24 miliardi di litri nel 2022.

Ma, se molti concordano sulla crescita – e io mi fido di queste previsioni perché il consumo di vino a livello mondiale è ancora così basso che francamente faccio fatica ad immaginare mercati saturi -, è evidente che non è altrettanto chiaro quali saranno i "nuovi" ***driver*** di questo sviluppo.

Ed è per questo che in molti articoli dedicati a questo Vinitaly abbiamo sottolineato la necessità per il nostro settore di accettare la condivisione di diversi **modelli produttivi**, di **packaging**, di **distribuzione**, di **comunicazione**

del vino.

Se l’ortodossia produttiva e di immagine è stata un *driver* importante per dare credibilità al nostro comparto nell’era del post-metanolo, oggi si deve sposare un **nuova era,** molto più laica e aperta al cambiamento, dove possono convivere diversi approcci, modelli, strategie senza il timore cronico che tutto ciò delegittimi la reputazione complessiva del vino.

È chiaro che questa nuova “visione” impone necessariamente una forte evoluzione della “***governance***” del nostro settore sia sul fronte delle imprese che delle istituzioni che lo rappresentano.

Qualche segnale in questa direzione lo stiamo vedendo ma dobbiamo sicuramente accelerare questo processo di **rinnovamento** e di **rimodulazione** perché il mondo fuori da Vinitaly corre ad una velocità tripla.