

Partenza Vinitaly 2023: se il buongiorno si vede dal mattino...

written by Emanuele Fiorio | 3 Aprile 2023



Si è aperta la 55esima edizione di Vinitaly, un meteo ballerino ha fatto da cornice alla kermesse del vino, partita con una **buona affluenza** ed un quartiere fieristico preso d'assalto da un numero considerevole di operatori e appassionati.

Abbiamo voluto **sondare le prime percezioni e restituire quello che è emerso dai tanti confronti con produttori e manager** che abbiamo incontrato durante questo primo giorno di fiera. **Abbiamo respirato un certo entusiasmo**, un aspetto senz'altro connaturato alle celebrazioni di apertura ma che regala

immediatamente un riscontro tangibile rispetto ad uno stato d'animo generale.

Positività, dunque, come testimonia **Marco Caprai, titolare di Arnaldo Caprai Srl**: “Vediamo grande affluenza dall'estero, siamo tutti proiettati sull'export, le presenze mi sembrano profilate e strutturate. **La compagine asiatica è particolarmente interessante**, speriamo che gli operatori provenienti dall'Est Europa trovino un nuovo slancio, paradossalmente l'anno scorso abbiamo avuto dei riscontri migliori rispetto al passato, sia dalla Russia che dall'Ucraina”.

“Le nostre aspettative sono alte” ha testimoniato **Alberto Marchisio, Direttore Generale di Vitevis**, “Vogliamo comunicare sempre di più il percorso che abbiamo intrapreso in questi anni e far conoscere il nostro impegno nei confronti della sostenibilità e della neutralità carbonica. Proprio in quest'ottica **a questo Vinitaly abbiamo presentato una gamma di 5 vini completamente “Carbon Neutral”**”.

“La cosa più importante è che la gente, sia gli appassionati che gli operatori professionali siano tornati al Vinitaly in tranquillità e sicurezza” ha sottolineato **Filippo Mobrìci, Presidente del Consorzio Barbera d'Asti e Vini del Monferrato**. “Gli ultimi anni sono stati difficili, **riallacciare relazioni è già il primo obiettivo centrato**. È ovvio che si viene al Vinitaly principalmente per fare affari e noi vediamo che c'è un forte interessamento sia per i nostri prodotti più noti e consolidati come il Barbera D'Asti sia per prodotti meno conosciuti ma di assoluto pregio come il Ruchè di Castagnole Monferrato, il Nizza DCOG o il Grignolino D'Asti”.

Emerge in questo Vinitaly, forse maggiormente rispetto al recente ProWein di Düsseldorf, una **rinnovata necessità di tornare a guardarsi negli occhi, anche in ottica commerciale**: “La nostra rete commerciale ha già fissato gli obiettivi, questo è un importante momento aggregativo” ha dichiarato

Ottavia Serenità, Responsabile marketing e comunicazione di Feudo Disisa. “Ci interessa il vis a vis, anche dal punto di vista export, facciamo tanto online ma toccare, vedere, assaggiare insieme in questo contesto è gratificante e utile, **conoscere direttamente le persone ha anche un ritorno concreto a livello commerciale**”.

“Abbiamo fatto un importante lavoro a monte di mail personali per i nostri clienti e di prospect con newsletter e social” ha evidenziato **Sara Ceschin, Titolare de Il Colle 1978**, “ma Vinitaly è contatto e relazioni, la nostra presenza qui a Vinitaly si concentra su **3 obiettivi chiave: allargare il nostro network, far conoscere il brand ed ovviamente incrementare le vendite**”

Il rapido e dirompente sviluppo delle tecnologie e la pandemia hanno certamente sdoganato l'utilizzo di alcuni strumenti di comunicazione digitali ed in questo senso anche i contatti tra buyer, importatori e aziende produttrici sono divenuti più agevoli e rapidi. Questi strumenti innovativi, in combinazione con le opportunità scaturite dagli incontri diretti, giocano un ruolo centrale secondo **Manuel Piccoli, Amministratore di Cantine Dall'Asta**: “Questa la definirei la prima edizione **“Turbo post-Covid”**, i produttori si sono preparati a presentare i prodotti agli operatori e gli operatori si sono presentati numerosi. **La tecnologia, fornita anche dalla fiera, ha permesso di agevolare i meeting B2B** con il canale internazionale, dettaglio non da poco perché riduce i curiosi e le occasioni di mancato contatto. **Il mio primo riscontro è molto positivo**, anche per la politica dei prezzi e la conseguente selezione degli operatori. Gestire i referenti e le tempistiche in maniera precisa e programmata è fondamentale per il business in fiera”.

Se il buongiorno si vede dal mattino, questa edizione di Vinitaly sembra destinata a rappresentare una vera ripartenza, “Per quanto riguarda questa prima giornata i segnali sono già positivi, a livello di operatori, non solo per quelli storici

ma anche per quelli provenienti dal Sud-Est asiatico e dal Nord America” ha dichiarato **Alessandro Nicodemi, Presidente del Consorzio Tutela Vini d’Abruzzo**. **“Siamo un po’ in controtendenza rispetto al ProWein, sono tutti piuttosto soddisfatti”**.

Ma come scrisse Goethe in *Massime e riflessioni*: “È una brutta cosa, in cui però incappa più d’un osservatore, collegare subito una conclusione a un’intuizione e ritenere che le due cose abbiano lo stesso valore”.

La cautela è d’obbligo, le somme si tirano alla fine.