

Bricolo, Veronafiere: al Vinitaly debutteranno molti nuovi operatori professionali

scritto da Emanuele Fiorio | 6 Aprile 2023



Si avvicina la 55a edizione di Vinitaly e, dopo un ProWein non esaltante, sono notevoli le aspettative per la kermesse veronese, simbolo della cultura vitivinicola italiana ed internazionale. **Federico Bricolo, Presidente Veronafiere SpA**, ha voluto approfondire alcuni **temi chiave** che saranno al centro di questa manifestazione fieristica.

Il 55° Vinitaly si presenta al gran completo, con un quartiere pronto a presentare oltre 4000 aziende che salgono a più di 4400 con gli altri due saloni professionali, Sol&Agrifood ed Enolitech. Qual è lo

stato di salute della principale rassegna internazionale dedicata a uno dei settori più performanti del made in Italy?

I numeri di quest'anno ci restituiscono ancora una volta una fotografia positiva della manifestazione. Non solo. Ribadiscono la **centralità di Vinitaly nel sistema promozionale in Italia e all'estero**. Si tratta, credo, del più grande punto di forza della manifestazione che ha saputo evolversi in un **brand globale di promozione**.

La risposta partecipativa delle aziende e degli operatori-buyer internazionali, nuovi e già fidelizzati, raggiunti nel corso della **campagna straordinaria del roadshow** che, con Ice Agenzia, abbiamo realizzato in 13 città di 9 Paese di tre continenti ci conferma la funzione strategica di Vinitaly che vogliamo non solo preservare ma continuare ad accrescere.

Per questo continuiamo a lavorare per raggiungere gli obiettivi di un piano industriale di sviluppo che nei prossimi anni centri appieno la caratterizzazione business del Salone internazionale del vino e dei distillati. Si tratta di un processo già in corso che abbiamo voluto accelerare già da questa edizione per la quale abbiamo messo in campo risorse straordinarie, sia in termini economici che professionali.

Le evoluzioni progettuali delle manifestazioni internazionali, come Vinitaly, non si raggiungono dall'oggi al domani. Vorrei essere chiaro. Non esiste una bacchetta magica di rinnovamento immediato; per questo il piano industriale è a medio termine. Stiamo monitorando costantemente i mercati e le esigenze delle aziende, il tutto in un contesto geopolitico complesso e instabile che richiede azione ma anche prudenza.

Qual è il bilancio del roadshow che avete realizzato tra gennaio e febbraio?

È un bilancio positivo da cui traggo due riflessioni di carattere sia generale che operativo. Innanzitutto, per la

prima volta, abbiamo dato un forte segnale di unità di intenti tra Veronafiere – Vinitaly e tutto il sistema istituzionale impegnato nell'internazionalizzazione del made in Italy. Infatti, oltre al coinvolgimento del nostro partner storico Ice – Agenzia, il roadshow straordinario ha visto la presenza degli uffici esteri delle camere di commercio e delle Ambasciate. Una squadra di promozione – ecco il carattere operativo accennato – che ha intercettato i principali importatori e top buyer della domanda di vino italiano dei nove mercati coinvolti nel roadshow di Vinitaly.

Tra i risultati positivi, l'incontro con molti nuovi operatori professionali, dall'horeca alle insegne della grande distribuzione internazionale che faranno il loro debutto al prossimo Vinitaly oltre, ovviamente, ai buyer già in portfolio Veronafiere da tempo.

Inoltre, dal roadshow è emersa la volontà di un tavolo comune che ci vede già al lavoro per costruire insieme ai partner istituzionali iniziative efficaci e di sistema per creare una vera piattaforma promozionale all'estero, in grado poi di attrarre da un lato gli investimenti sul prodotto italiano e dall'altro l'incoming sull'Italia, i suoi territori vocati e la rassegna che meglio la rappresenta e che è Vinitaly.

Dopo il ritorno dello scorso anno, con ancora delle restrizioni sull'estero, questo sarà un Vinitaly nuovamente e pienamente internazionale?

Certamente. Sarà un Vinitaly internazionale sia per la parte espositiva che per la partecipazione. Tra le oltre 4000 aziende di Vinitaly 2023, per lo più in rappresentanza del made in Italy enoico, registriamo ad oggi la presenza di cantine e collettive provenienti da più di 30 nazioni che hanno scelto Vinitaly quale loro vetrina promozionale per posizionarsi anche nel nostro Paese.

Per quanto riguarda gli operatori professionali in fiera, ricordo che la scorsa edizione ha avuto una incidenza

certificata di operatori esteri in rapporto agli ingressi tra le più alte mai registrate, nonostante le assenze da Cina e Russia per evidenti ragioni.

Per questa edizione, abbiamo aumentato considerevolmente il budget di promozione all'estero. Inoltre, abbiamo ultimato una selezione qualitativa e puntuale dei top buyer, con la volontà di dare risposta alle indicazioni delle aziende espositrici che ogni anno ci restituiscono una customer satisfaction, che è alla base poi anche delle nostre scelte operative.

Dopo un triennio così destabilizzante, tra Covid, guerra e inflazione, cosa chiedono oggi gli espositori ad un Salone importante come Vinitaly?

Siamo consapevoli che l'ascolto corale sia alla base della crescita comune, perché Vinitaly non è solo di Veronafiere ma un patrimonio da condividere con tutto il mondo del vino. Allo stesso tempo siamo convinti di dover offrire non solo opportunità e servizi ma anche direzioni precise al settore. Per questo oltre alle occasioni di business – perché è questa la richiesta principale delle imprese – **abbineremo sempre di più quella di analisi e informazione sui mercati da condividere con il comparto.**

Il tutto anche attraverso una maggior diffusione degli strumenti online. **Ciò che continueremo a ridurre in maniera selettiva in fiera saranno invece i winelover.**

Verona è indubbiamente una città attrattiva che vive in simbiosi con la sua fiera. Quali sono i punti salienti di questo rapporto anche in ottica di crescita di Vinitaly?

Innanzitutto, voglio ricordare che l'attività di Veronafiere genera in media un indotto di 1 miliardo di euro all'anno sul territorio allargato che comprende quello della città, della provincia, della regione Veneto e di quelle limitrofe.

Veronafiere è espressione di una città che rappresenta un

punto di riferimento per l'economia del Nordest e dell'Italia, con oltre 96mila imprese e 90 multinazionali attive sul territorio. A fronte di questi valori identitari che ci caratterizzano e ci accreditano a livello nazionale e internazionale, abbiamo ulteriormente intensificato il dialogo con tutti gli stakeholder.

Come fiera, ci rendiamo conto che Verona ha tutte le carte in regola per migliorare i propri servizi. Da parte nostra, lo sforzo è quello di continuare a promuovere un confronto attivo in modo da affrontare i grandi eventi con il coinvolgimento di tutti i decisori per assicurare alla città e al pubblico fieristico vivibilità e servizi, così da **potenziare i ritorni economici e di immagine che l'attività fieristica e Vinitaly già generano.**