

L'importanza di Vinitaly per le piccole imprese del vino

scritto da Fabio Piccoli | 12 Aprile 2022



Ha fatto bene **Maurizio Danese, presidente di VeronaFiere**, durante l'inaugurazione di Vinitaly ad esplicitare con molta trasparenza, e anche una buona dose di coraggio, che la "sua" fiera **serve soprattutto alle piccole imprese del vino italiano**.

E non si tratta di un target di poco conto, considerando che in Italia, come ci ha ricordato ancora una volta il **recentissimo report di Ismea**, rappresenta di fatto la gran parte del sistema vitivinicolo italiano che tutt'oggi è probabilmente il più frammentato al mondo con le sue circa 46.000 imprese vinificatrici, il 76% delle quali con un fatturato inferiore ai 2 milioni di euro.

In sostanza se andiamo ad analizzare il tessuto produttivo

italiano ci rendiamo conto come quasi l'80% delle nostre imprese del vino hanno una produzione inferiore alle 100.000 bottiglie con una forte concentrazione su quelle 50-60.000 bottiglie che è una sorta di standard per i cosiddetti vignaioli italiani.

Ed è soprattutto a loro che serve o dovrebbe servire, il condizionale è d'obbligo, una fiera come Vinitaly.

L'osservazione del **presidente Danese**, pertanto, non fa una piega perché è indubbio che per le pmi del vino italiano, soprattutto le più piccole, non è semplice "arrangiarsi" nella selezione di importatori e distributori, ma anche nell'individuazione del trade italiano adeguato alle loro caratteristiche.

Ma se questo è vero allora diventa fondamentale costruire una fiera sempre più a dimensione per le tantissime piccole realtà del vino italiano.

E per farlo è necessario comprendere al meglio i loro fabbisogni. **Non è semplice**, parliamoci chiaro.

Perché se è vero che sono le piccole aziende ad avere più bisogno di fiere come Vinitaly è altrettanto vero che non è facile dare risposte a molte imprese che tutt'oggi non solo sono poco strutturate ma spesso anche in territori, denominazioni poco conosciute.

Come rendere "visibili", quindi, realtà che oggi sono spesso "invisibili"?

Osservando anche la "comunicazione" che esce da Vinitaly in questi giorni alla fine emergono i "soliti noti" sia in termini di brand aziendali che territoriali.

E' quindi indispensabile che Vinitaly si ponga anche il tema di **come fare emergere il "sommerso del vino italiano".**

Certo, **molte piccole aziende del vino italiano dovranno darsi molto più da fare per rendersi più riconoscibili.** Sono ancora troppe quelle che ritengono che sia sufficiente solo la qualità dei loro vini, solo il loro essere "piccoli

artigiani". Devono imparare una volta per tutte che se non alzano almeno la mano nessuno potrà accorgersi di loro.

Vinitaly può rappresentare per loro una bellissima cassa di risonanza, **ma devono metterci anche del loro altrimenti saranno una cornice per i grandi.**