

Vinexpo New York un evento dai tanti significati

scritto da Fabio Piccoli | 4 Marzo 2018



Siamo in volo verso New York dove lunedì 5 marzo avrà inizio Vinexpo New York. Saremo presenti a questa prima edizione con 12 aziende italiane che hanno voluto condividere con noi questa scommessa.

Non pensiamo di sbagliare se parliamo di scommessa perché mai prima di oggi un organizzatore di eventi europei si era azzardato a realizzare una manifestazione del genere nel mercato più grande del vino.

Potrebbe sembrare un paradosso ma gli Usa, con le sue quasi 10 miliardi di bottiglie consumate nel 2017 non ha mai avuto una “fiera del vino” tenutasi nel suo territorio.

Ci siamo chiesti molte volte le ragioni di tutto questo ma non siamo mai riusciti a trovare una risposta precisa.

Forse la risposta la capiremo solo dopo questa due giorni newyorkese dove potremo scoprire se hanno avuto ragione i coraggiosi organizzatori francesi o, invece, tutti quegli altri che in questi anni non hanno mai ritenuto fosse opportuno organizzare un evento di questo genere in terra americana.

Per essere onesti dobbiamo ammettere che gli organizzatori di Bordeaux hanno scelto una strada molto prudentiale scegliendo

una location che potremmo definire “piccola”, se confrontata con le tre grandi aree fieristiche europee (Dusseldorf, Verona e Bordeaux), che alla fine conterrà solo 460 espositori.

Lo ammettiamo noi con le nostre 12 aziende al seguito ci sentiamo un po’ dei pionieri. Una sensazione diremmo in perfetta coerenza con la terra che ci ospiterà che ha fatto del pionierismo, dell’andare oltre i propri confini una sorta di marchio di fabbrica di una nazione.

Difficile avere aspettative precise in una “prima” di questo genere, le sensazioni sono buone anche perché sembra che l’evento sia stato in qualche misura molto sponsorizzato dai distributori americani che speriamo accorrano, soprattutto motivati, al Jacob K Javits Convention Center.

L’organizzazione è stata molto rigida in termini di vini da portare alla manifestazione, solo 24 bottiglie per azienda, non una in più, minacciati controlli stile JFK. Come pure molto ristretti gli spazi espositivi. Parecchie aziende si sono lamentate di questi limiti: come faremo ad essere visibili? Finiremo i vini presto?

Dubbi, per carità, legittimi, ma noi vogliamo essere ottimisti. Poche bottiglie perché saranno pochi i visitatori o poche perché per fare manifestazioni del business vero non servono i volumi ma identità precise e proposte chiare? Noi optiamo senza dubbio per la seconda ipotesi e con questo spirito stiamo atterrando nella Grande Mela che non dobbiamo mai dimenticarci è sempre stata generosa con il vino italiano. Da questa grande città fin dal dopoguerra, si è sviluppato un export molto importante per il nostro Paese, prima grazie ai nostri migranti e poi grazie ad un amore di gran parte degli statunitensi nei confronti del made in Italy. Chi scrive ha fatto il suo primo viaggio a New York a diciassette anni, nell’ormai lontano 1980. E riuscì a scoprire là, prima ancora dell’Italia, quanto marchi come Soave Bolla, Valpolicella Bertani, Chianti Piccini, e tanti altri ancora, fossero già noti e affermati.

Oggi negli Usa ci giochiamo forse la battaglia più importante per il nostro export vitivinicolo e le previsioni ci parlano

di un paese che ha ancora ampi margini di crescita sul fronte vino. In fin dei conti stiamo parlando di un mercato dove il vino rappresenta tuttoggi meno del 20% dei consumi di bevande alcoliche e delle 810,2 milioni di casse (da 9 litri) di vini consumate nel 2017, quelle di vino importato sono state “solo” 78,3 milioni.

Le parole d'ordine oggi grande concentrazione dei big della distribuzione ma dall'altro grande frammentazione del tessuto di piccoli e medi importatori che sempre di più si stanno dedicando a prodotti e target di nicchia. In fin dei conti quest'ultimo dovrebbe rappresentare il nostro campo di gioco ideale.

Staremo a vedere, tra poco più di 24 ore vi arriveranno in diretta i nostri commenti.

In conclusione di questo nostro primo report riteniamo doveroso e anche di buon auspicio ricordare i nomi delle aziende che hanno accettato di stare sotto il “cappello” Wine Meridian:

Azienda Agricola Accordini Stefano, Azienda Agricola Anna Spinato, Cantina Frentana, Cantina Valpolicella Negrar, Cantina Vignaioli del Morellino di Scansano, Casal Thaulero, Cva Canicatti Sca, Corte Sermana, F.lli Rau Tenuta l'Ariosa, Tenute Barzan, Società Agricola Ronco Margherita e Cantina Produttori di Valdobbiadene – Val d'Oca