

Vinitaly si chiude tra sorrisi e sussurri

scritto da Fabio Piccoli | 10 Aprile 2019



Si è appena conclusa la 53a edizione di Vinitaly. Per chi, come scrive, ne ha raccontate circa una trentina, non è facile trovare chiavi di lettura diverse dal solito.

L'abbiamo scritto anche all'inizio di questa manifestazione, Vinitaly è un rito fondamentale per il vino italiano. Ti può piacere o meno ma non essere per questi quattro giorni a Verona significa perdere un appuntamento importante per confrontarsi con i protagonisti del vino italiano.

A Vinitaly vanno in onda tutte le sfaccettature del nostro settore vitivinicolo, sia quelle belle ma anche quelle meno positive.

A Vinitaly ci sono cose che si dicono ad alta voce con il sorriso e altre, invece, che si sussurrano ad un orecchio, con il volto preoccupato.

Con il sorriso quest'anno ci è stato detto da parecchi produttori che gli organizzatori sono ormai riusciti a debellare la piaga dei buontemponi che riescono, non si sa come, ad entrare in fiera per farsi il solito "pieno" di vini. Altri, in numero però più ridotto per la verità, ci hanno sussurrato che a loro parere quest'anno si sono rivisti di

nuovo gli ubriachi molesti.

E' un tema talmente vecchio che riportiamo per dovere di cronaca ma onestamente riteniamo che la questione del "profilo" dei visitatori di Vinitaly sia una storia ormai nota che si può così sintetizzare: non ci saranno mai solo gli addetti ai lavori, sarà molto difficile trovare nuovi interlocutori commerciali (ma quale fiera oggi riesce a dare questo tipo di opportunità), rimane una manifestazione dove la comunicazione spesso prevale sul business.

Se si accettano queste regole non si uscirà mai delusi da Vinitaly.

Ma ad ogni Vinitaly c'è anche un tema ufficiale ben comunicato ed un tema non ufficiale ovviamente non comunicato (se non appunto attraverso i sussurri).

Partiamo dal primo e cioè l'impegno di VeronaFiere Vinitaly nello sviluppo della sua attività promozionale in Cina. E' stata presentata ufficialmente Wine To Asia, la nuova piattaforma multicanale, creata attraverso una newco di cui la spa veronese detiene la quota di maggioranza. Partner unico è la Shenzhen Taoshow Culture & Media, società che fa parte della Pacco Communication Group Ltd con sede a Shenzhen e attiva anche a Beijing, Chengdu, Xi'an e Shanghai.

"Shenzhen ha il più alto tasso di crescita economica in Cina negli ultimi venti anni e sono presenti il 30% degli importatori totali di vino " ha sottolineato Giovanni Mantovani, direttore generale di Veronafiere " Inoltre, è la terza città per importanza economica dopo Pechino e Shanghai ed è considerata la città dell'innovazione e della comunicazione digitale. Vinitaly è il brand forte del vino italiano in Cina, un marchio riconosciuto su cui stiamo costruendo un modello di stile tutto italiano di promozione in Asia. L'evento è b2b, prevede nella fase di start up la presenza di 400 espositori e si configura fin da subito con un respiro internazionale".

Speriamo che l'impegno di VeronaFiere in Cina dia un contributo utile allo sviluppo del nostro export in questo grande Paese che, come abbiamo ricordato più volte anche negli

articoli di questi giorni da Vinitaly, è ancora fermo a numeri decisamente bassi.

Veniamo poi al sussurro più sentito a Vinitaly: la questione dell'ulteriore ribasso di prezzi che oggi coinvolge anche denominazioni prestigiose come l'Amarone della Valpolicella o altre che fino a poco tempo fa sembravano in grande ascesa come il Lugana. Due denominazioni molto importanti che, guarda caso, sono all'interno del sistema Verona che fino a poco tempo fa veniva considerato il modello vitivinicolo più virtuoso del nostro Paese.

A noi non interessa seguire i sussurri ma riteniamo che sarebbe oggi opportuna una riflessione più trasparente capace di non creare panico ma di dare soluzioni serie e durature nel tempo del posizionamento dei nostri vini in Italia e nel mondo.

Anche il presidente di Assoenologi Riccardo Cotarella, durante l'inaugurazione di Vinitaly, ha denunciato il problema del ribasso dei prezzi dei vini nel nostro Paese che rischia di "corrodere tutto il nostro patrimonio vitivinicolo".

Del problema prezzi ne aveva parlato durante una degustazione anche il presidente del Consorzio Vini DOC delle Venezie, Albino Armani, che riguardo alla "gestione" dei prezzi del Pinot Grigio ha dichiarato: "Come Consorzi non abbiamo il potere di controllare direttamente i prezzi però possiamo gestire la quantità da immettere sul mercato, lo stoccaggio, le riserve, senza dimenticare lo sviluppo (o meno) della superficie vitata di una denominazione".

La domanda, però, a questo punto sorge spontanea: quanti Consorzi allo stato attuale sono nelle condizioni concrete per svolgere anche questo ruolo fondamentale?

Con questa domanda, al momento sospesa, usciamo da Vinitaly 2019.

A proposito, ultima annotazione "personale". Per noi di Wine Meridian questo Vinitaly è andato alla grande. Volevamo dirvelo perché la nostra crescita è grazie a voi che ci leggete e sostenete.