

Vinitaly, bilancio con il sorriso

«Evento sempre più internazionale»

Si è chiusa ieri la kermesse, sfiorando le 100mila presenze. La soddisfazione di Veronafiere

di **Patrick Colgan**
VERONA

Vinitaly archivia la 56ª edizione con 97mila presenze e una centralità crescente nel mondo del vino internazionale. Numeri in crescita rispetto all'anno scorso quando furono 93mila. Ma attenzione, non è la quantità che conta in una manifestazione di questo tipo (in passato i numeri furono anche molto superiori), ma sulla qualità dei partecipanti. E anche in questo caso i numeri parlano e certificano la crescente attenzione all'export – perseguita anche con forti investimenti e una vasta campagna incoming all'estero fra roadshow e anteprime –: sono risultati in leggero incremento gli operatori esteri, provenienti da 140 paesi a quota 30.070 (31% sul totale), di cui 1.200 top buyer (+20% su 2023) da 65 nazioni selezionati, invitati e ospitati da Veronafiere in collaborazione con Ice Agenzia per il commercio.

Bilancio positivo anche per Vinitaly Plus, la piattaforma di matching tra domanda e offerta con 20mila appuntamenti business, raddoppiati in questa edizione, e per il fuori salone *Vinitaly and the city* – la manifestazione sulla quale si sta orientando il pubblico di appassionati, i cosiddetti 'wine lovers' – che ha superato le 50mila degustazioni (+11%).

Per il presidente di Veronafiere, Federico Bricolo: «Vinitaly consolida il proprio posizionamento business e un ruolo sempre più centrale nella promozione internazionale del vino italiano. I dati della manifestazione, unitamente al riscontro positivo delle aziende – afferma –, confermano gli obiettivi industriali dell'attuale governance di Veronafiere fortemente impegnata a potenziare il brand fieristico del made in Italy enologico nel mondo. Va in questa direzione il rafforzamento della collaborazione con tutti i referenti istituzionali, oggi in prima linea con Veronafiere nel sostenere l'internazionalizzazione del settore». Forti anche gli investimenti sul fronte

GLI ARRIVI DAL MONDO

Gli Stati Uniti confermati in pole position con un contingente di 3.700 operatori. Seguono Germania e Uk



Cresce il successo del 'fuori salone' Vinitaly and The City (foto Ennevi-Veronafiere)



Aumentati gli operatori esteri, il 31% del totale

CANTINE RIUNITE & CIV

«Bene la presenza di importatori esteri»

Bilancio positivo a Verona per Cantine Riunite & Civ, gruppo fondato su una solida base sociale composta da circa 1.450 soci viticoltori che lavorano 4.600 ettari di vigneti con ben otto centri di vinificazione e tre centri di produzione fra le province di Reggio Emilia, Modena e Treviso. «Il consuntivo, per quanto riguarda Cantine Riunite & Civ – spiega Francesca Benini, Sales & Marketing Director – è di un generale livello di soddisfazione. Innanzitutto sul fronte internazionale per la presenza importante dei nostri importatori esteri, a maggior ragione considerando che Vinitaly è venuto dopo due fiere come Wine Paris e Prowein. Sul fronte dell'Italia è importante la presenza di buyer della grande distribuzione e soprattutto grande interesse di grossisti e consorzi di grossisti presenti al nostro stand dedicato all'Horeca dove abbiamo lanciato prodotti e linee di prodotti destinate proprio alla ristorazione. Un consuntivo positivo che spero possa darci delle soddisfazioni nei prossimi mesi in quanto Vinitaly apre la stagione estiva».

te digitale, in particolare sui dati, sempre più preziosi: «La proliferazione degli operatori è tra i nostri principali obiettivi strategici – commenta l'amministratore delegato di Veronafiere, Maurizio Danese –. Un risultato già centrato nella scorsa edizione,

quella della svolta di Vinitaly, e proseguito quest'anno anche nei confronti della domanda domestica, in particolare quella del canale Horeca attraverso iniziative di comunicazione e marketing che hanno contribuito all'incremento delle presenze

Grande distribuzione a confronto Migliorano i dati dei consumi

I numeri indicano la possibilità di un anno in ripresa

Vendite in crescita nel primo trimestre del 2024 rispetto alla chiusura del 2023. Le bottiglie di vino da 0,75lt calano a volume del 2,2% rispetto all'anno precedente, ma il dato dell'intero 2023 vedeva un calo maggiore, del 3,2%. Gli spumanti tornano in positivo (traina il Prosecco) con un +3,8%. Lo riferisce lo studio 'Circa per Vinitaly' presentato nei giorni scorsi alla tavola rotonda su vino e Gdo organizzata da Veronafiere. Sembra dunque confermarsi un trend di risalita che assieme ai dati del primo trimestre 2024, potrebbe forse portare a un anno in moderata ripresa. Dai dati complessivi del 2023 emerge la conferma che i gusti dei consumatori stanno cambiando: bianchi e bollicine sembrano essere progressivamente più graditi rispetto ai rossi, calati nel 2023 del 3,9% pur rimanendo i più venduti in assoluto con 276 milioni di litri. Il bianco scala le posizioni con 245 milioni, pur perdendo l'1,6%.

Per Mirko Baggio, rappresentante di Federvini, «utilizzare solo la leva promozionale non è più sufficiente, bisogna anche sostenere il posizionamento a scaffale con un'adeguata comunicazione che possa valorizzare



il brand e che faccia riferimento a territorio e tipologia di prodotto».

Comunicazione e innovazione al centro anche per Francesca Benini, rappresentante di Unione Italiana Vini, (Sales & Marketing Director di Cantine Riunite & CIV): I giovani consumano meno vino e sono attratti da attributi green, origine del prodotto, bassa gradazione alcolica. Come possiamo noi, insieme alla Distribuzione, guidare un cambiamento già in corso?». Di comunicazione ha parlato anche Lorenzo Cafissi, Beverage, Home & PersonalCare Director di Carrefour Italia: «La grande distribuzione sta cercando, assieme alle aziende del settore, di trovare nuove leve di comunicazione e supporto del business per portare nuova linfa».

L'AD MAURIZIO DANESE

«Una iniezione di fiducia in un momento complesso in cui supportiamo il principale prodotto, vero ambasciatore»

italiane. In questi giorni abbiamo registrato reazioni positive da parte delle aziende, dei consorzi e delle collettive regionali. Una iniezione di fiducia in un momento complesso che ci vede impegnati a supportare il principale prodotto ambasciatore e apripista dell'agroalimentare del Belpaese nel mondo».

Vinitaly è stato anche l'occasione, oltre che di affari, anche per alcuni confronti sul vino, dai trend di consumo al vino dealcolato, produzione che suscita un interesse crescente e che ha tenuto banco per vari giorni, proposto da vari produttori, anche molto rilevanti. Il ministro dell'Agricoltura Francesco Lollobrigida, presente più giorni (ma si sono visti numerosi altri ministri, oltre alla premier Giorgia Meloni) ha parlato di un risultato straordinario che ha «confermato il prestigio e l'importanza del settore vitivinicolo italiano a livello internazionale. Siamo di fronte a un chiaro segnale del continuo interesse per i nostri vini nel mondo, simbolo di qualità, storia, natura, cultura e tradizioni».

Sul fronte delle presenze estere a Vinitaly 2024, gli Stati Uniti si confermano in pole position con un contingente di 3.700 operatori presenti in fiera (+8% sul 2023). Seguono Germania, Uk, Cina e Canada (+6%). In aumento anche i buyer giapponesi (+15%). Chiuso Vinitaly, si confermano i primi appuntamenti del calendario estero che cominceranno dalla Cina: Wine to Asia (Shenzen 9-11 maggio 2024); Vinitaly China Roadshow, Shanghai, Xian, Guangzhou (2-6 settembre 2024). A ottobre, dopo il 'numero zero' del 2023 si terrà Vinitaly Usa (Chicago 20-21 ottobre 2024). La 57esima edizione di Vinitaly si terrà, invece, a Veronafiere dal 6 al 9 aprile 2025.