

Vinitaly 2013 a Verona dal 7 al 10 aprile

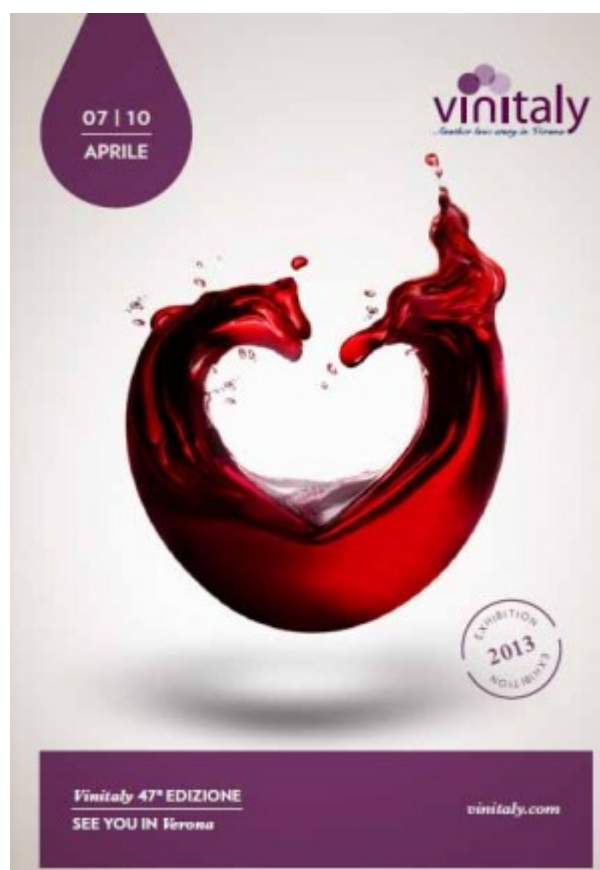
Veronafiere con Vinitaly 2013 mette a disposizione del sistema wine&food del Paese la più ampia piattaforma mondiale per il business, la promozione, la comunicazione e per le relazioni con le Istituzioni, nazionali ed estere, ed i consumatori world wide. A parlarne il Presidente di Veronafiere, Ettore Riello, e il Direttore Generale, Giovanni Mantovani, nel corso della conferenza stampa svoltasi oggi, a Eataly a Roma, della 47^a edizione di Vinitaly, il Salone Internazionale del Vino e dei Distillati (www.vinitaly.com) in programma a Verona dal 7 al 10 aprile.

Un sistema a rete che si completa con Sol&Agrifood, Enolitech, OperaWine e Vinitaly International, quest'ultimo che presidia con le sue iniziative gli USA, la Cina e la Russia: mercati a maggior crescita e accreditati, da tutti gli studi di settore, in costante sviluppo nei prossimi cinque anni.

La più storica tra le rassegne vinicole del pianeta, nata nel 1967, è oggi quella più fortemente innovativa, anche dal punto di vista dell'information technology, grazie al nuovo progetto VinitalyWineClub che completa il panorama delle new entry tra le iniziative made in Veronafiere, primo organizzatore diretto di fiere in Italia, attivo dal 1898, e tra i leader europei del comparto

*«Il ruolo strategico delle fiere per la politica industriale del paese in chiave di promozione ed export è assodato – ha sottolineato il Presidente di Veronafiere, **Ettore Riello**, dal 2010 anche massima carica di Aefi, l'associazione delle esposizioni e fiere italiane –. Dalle rassegne internazionali transita una considerevole fetta del business delle pmi e delle medie e grandi aziende. Un ruolo che noi operatori fieristici continuiamo a potenziare per accompagnare e*

anticipare cambiamenti e innovazioni offrendo supporto e servizi utili allo sviluppo dell'impresa».



*«Vinitaly rappresenta col suo sistema interconnesso un vero e proprio asset per l'intero Paese, a maggior ragione ora che tutte le istituzioni politiche nazionali e internazionali sono chiamate a misurare la qualità degli investimenti in cui vengono impegnate le risorse pubbliche – ha proseguito **Riello** –. La Ue ha approvato importanti stanziamenti a sostegno del vino italiano, molti dei quali destinati alla promozione dei vini sui mercati intra ed extra Ue: la credibilità, l'efficacia e l'ampio raggio d'azione di Vinitaly fanno di questo sistema un canale ideale per una promozione misurabile e di qualità».*

«Vinitaly, a Verona con i suoi 4.200 espositori da oltre 20 Paesi e, nella scorsa edizione, con 140 mila visitatori da 116 Nazioni, è una straordinaria occasione di contatto per il settore che nei primi 11 mesi dello scorso anno ha segnato un export in calo del 9% nei volumi, per un totale di 21,4 milioni di ettolitri esportati, e un incremento del 7% in

valore, pari a 4,7 miliardi di euro – ha ribadito **Riello** –. Dati che non bastano a considerare il vino al riparo dai mutamenti dell'economia mondiale, dal momento che in Cina, ad esempio, a fronte di un player antagonista come quello francese che perde quote, l'Italia rimane inchiodata al 5% della quota mercato pur a fronte di una crescita esponenziale dei consumi nell'Impero Celeste».

«Non è un caso dunque se a Vinitaly 2013 parteciperanno per la prima volta una delegazione del Ministero del Commercio cinese e colossi del commercio on line. Con la diffusione dell'informatica e dei social media, la vendita al dettaglio del vino trova un canale sempre più ampio attraverso il web e l'e-shop si afferma come strumento di propulsione alle vendite. Si stimano circa 190 milioni di acquirenti cinesi sul web e sono in continua crescita», ha concluso il Presidente di Veronafiere, **Ettore Riello**.

Cosa fa Vinitaly per essere il “Brand ombrello” , l'hub internazionale per la promozione e il commercio del vino, lo ha spiegato il Direttore Generale, **Giovanni Mantovani**.

«Oltre il 35% del totale della media annua dei visitatori di Vinitaly proviene dall'estero – ha esordito Mantovani nel suo intervento –. Lo scorso anno, gli operatori stranieri sono stati 48.544 da 116 nazioni su un'affluenza complessiva che ha registrato 140.655 presenze, tra le quali 2.496 giornalisti accreditati da 45 Paesi con 170 tra radio e tv, 105 quotidiani e 110 testate online.

Lo spostamento della cadenza da domenica a mercoledì ha consentito un notevole incremento delle presenze anche del canale H0.RE.CA estero (oltre che di quello italiano) e un allungamento del periodo di permanenza. Le adesioni a Vinitaly 2013 confermano ad oggi i dati dell'ultima edizione: si prevede, pertanto, di superare i 4.200 espositori da più di 20 nazioni per una superficie espositiva che, grazie all'ampliamento del Padiglione 11, sarà superiore ai 95 mila

metri quadrati netti espositivi, in aumento sul 2012».

*«L'attività di conoscenza, scouting, contatto che Vinitaly compie all'estero con Vinitaly International in collaborazione attiva con gli attori del sistema vino e tramite la rete di delegati di Veronafiere in 60 Paesi, si traduce nella presenza al Vinitaly in Italia di un significativo numero di buyer e opinion leader provenienti dalle aree geografiche di maggior interesse per il consumo di vino – ha sottolineato **Mantovani** –. Per rafforzare ulteriormente il rapporto con l'estero, nasce VinitalyWineClub, innovativa piattaforma di promozione e vendita online che ha l'obiettivo di offrire ai produttori la possibilità di raggiungere nuovi consumatori, dando loro l'opportunità di scoprire nuovi vini provenienti da ogni angolo della Penisola. Il 6 aprile presenteremo in anteprima il progetto completo nell'ambito di OperaWine, evento in collaborazione con Wine Spectator, e dal 7 aprile sarà attivo anche l'e-commerce. Il VinitalyWineClub è l'estensione digitale e sinergica dell'attività di promozione e sviluppo portata avanti dalla fiera fisica».*