

Argomento: Export e PMI

# Vinality Cicerone del vino

LUIGI CHIARELLO

Il direttore generale di Veronafiere, Giovanni Mantovani, svela i suoi piani Nuove aree di business e alleanza col Simei Veronafiere diversifica, sviluppando due nuove aree di business: una per sostenere la concentrazione all'estero dell' offerta vinicola **made in Italy** e supportare le aziende che vogliono esportare; l' altra, per sviluppare l' enoturismo in tutta Italia. Poi, con tatto e relazioni diplomatiche, tesse una nuova strategia per costruire una forte sinergia tra i principali saloni fieristici dell' universo vinicolo italiano: Vinality, Enolitech e il Simei. A svelare a ItaliaOggi progetti e piani futuri del player espositivo è Giovanni Mantovani, direttore generale di Veronafiere. Domanda. Le imprese vinicole chiedono di affrontare i mercati globali con una maggiore concentrazione dell' offerta **Made in Italy**. È un' opportunità o una minaccia per Vinality e i suoi eventi all' estero? Risposta. Una grande opportunità, perchè le nostre attività sono sistemi di aggregazione e potranno diventare strumenti di concentrazione dell' offerta. Questo è il cuore del problema. Le nostre aziende vinicole più grandi sono medie, o piccole, a livello mondiale. La diversità è un valore, ma va sostenuta. Molte realtà non sono attrezzate per il mercato internazionale. E quando si aggregano per necessità, cioè per accedere ai fondi Ocm promozione, o per virtù, fanno fatica a ottenere risultati. Vinality si mette a disposizione, con competenze e tools, per elaborare assieme alle aziende progetti di penetrazione dei mercati. D. Farete consulenza anche direttamente ai fondi ocm? R. No, niente Ocm. Preferiamo che ai bandi accedano direttamente le imprese; ma c' è un momento in cui i fondi si utilizzano. E nonostante le risorse siano ingentissime, notiamo che non riescono mai a incrociarsi, neanche occasionalmente, per fare grandi eventi sui mercati statunitense e cinese. Questo Vinality lo può fare. D. A proposito, com' è andata con Wine South America, l' evento in Brasile che avete organizzato in partnership con Fiere di Parma? R. Per essere una start up, molto bene: quasi 250 espositori, molti dei quali brasiliani, altri



estero? Risposta. Una grande opportunità, perchè le nostre attività sono sistemi di aggregazione e potranno diventare strumenti di concentrazione dell' offerta. Questo è il cuore del problema. Le nostre aziende vinicole più grandi sono medie, o piccole, a livello mondiale. La diversità è un valore, ma va sostenuta. Molte realtà non sono attrezzate per il mercato internazionale. E quando si aggregano per necessità, cioè per accedere ai fondi Ocm promozione, o per virtù, fanno fatica a ottenere risultati. Vinality si mette a disposizione, con competenze e tools, per elaborare assieme alle aziende progetti di penetrazione dei mercati. D. Farete consulenza anche direttamente ai fondi ocm? R. No, niente Ocm. Preferiamo che ai bandi accedano direttamente le imprese; ma c' è un momento in cui i fondi si utilizzano. E nonostante le risorse siano ingentissime, notiamo che non riescono mai a incrociarsi, neanche occasionalmente, per fare grandi eventi sui mercati statunitense e cinese. Questo Vinality lo può fare. D. A proposito, com' è andata con Wine South America, l' evento in Brasile che avete organizzato in partnership con Fiere di Parma? R. Per essere una start up, molto bene: quasi 250 espositori, molti dei quali brasiliani, altri

cileni, uruguayi, argentini. Presenti pure gli italiani. La riproporremo l' anno prossimo; è a disposizione di quella realtà produttiva, ma con know-how Vinality. D. Che fine ha fatto WI Bev, l' evento dedicato alle tecnologie del vino e del beverage, che avete lanciato con Fiere di Parma e che, incorporando Enolitech, sarebbe dovuto «andare in onda» a Verona, a inizio dicembre, nell' ambito della rassegna dedicata ai buyer, wine2wine? R. Abbiamo capito che il marchio Enolitech è conosciuto sul mercato. Resterà nel 2019 accanto a Vinality, per un problema di calendari; dal 2020 andrà a cadere su Fieragricola. Diventerà, quindi, un salone biennale all' interno di Fieragricola, sviluppato da VPE Exhibition, la società creata in partnership con Fiere di Parma. Gli agricoltori avranno un evento dedicato ai mezzi produttivi agricoli; vi troveranno tecnologie per vino, olio, beverage. L' altro obiettivo è che non vogliamo pregiudicare il rapporto, oggi positivo, col Simeì - il Salone internazionale delle macchine per enologia e imbottigliamento, organizzato dall' Unione italiana vini - che cade negli anni dispari. Anzi, saremo felici se la relazione tra Vinality, Enolitech e Simeì potesse rafforzarsi in futuro, con qualcosa di più di una collaborazione. D. Quindi WI Bev va in soffitta ... R. Abbiamo scelto di sviluppare un marchio già esistente, Enolitech. Ma dal 2020, perchè nel 2019 saremmo in competizione non gradevole per nessuno con Simeì, che vogliamo evitare. Dal 2020, però, come salone italiano Enolitech andrà a integrare l' offerta di Simeì, anno per anno. D. Che ne pensa della politica del ministro dell' agricoltura e del turismo, Gian Marco Centinaio, che intende sviluppare sempre più il rapporto turismo-vino-territori, con marketing e incentivi ad hoc? R. Condividiamo. Turismo e vino è una chiave straordinaria; un pezzo del nostro progetto. Tanto che, da sei mesi, abbiamo iniziato a sviluppare una nuova attività in Veronafiere, che riguarda il turismo del vino. Diremo di più nei prossimi mesi, ma questa sarà una nuova area di business per il Vinality, perchè molti operatori esteri ci chiedono proprio questo. Ci chiedono di visitare i territori del vino di tutta Italia.