



trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO



VINITALY NON RINUNCIA AL BUSINESS: "CI RIVEDREMO IN AUTUNNO A VERONA"



“CRISI CONGIUNTURALE CHE SI SUPERA CON IL BUSINESS”. INTERVISTA A MANTOVANI DI VERONAFIERE

▲ a cura di Loredana Sottile

Dopo la decisione di rimandare Vinitaly al 2021, a Tre Bicchieri il direttore generale annuncia un grande evento autunnale a Verona orientato al business. E mette in guardia il settore: “Occhio alle speculazioni sul prezzo”. Per il sistema fieristico europeo danni per 6 miliardi di euro



Direttore, in queste settimane abbiamo visto un po' di divisioni, prese di posizioni, fughe in avanti. Adesso possiamo dire che si lavorerà ad una causa comune che è la ripresa del vino italiano?

Certamente. Dopo la nostra comunicazione in cui ci mettevamo a disposizione del settore, la filiera ha reagito positivamente, chiedendoci di procedere anche con il progetto che abbiamo annunciato per l'autunno.

Di cosa si tratta nel concreto?

Si tratta di una iniziativa al servizio del vino italiano legata al business e alla comunicazione, in cui incroceremo il nostro sistema di relazioni internazionali e tutto il nostro know how sui mercati. Un evento autunnale che si terrà a Verona fortemente orientato al business ma anche alla comunicazione, quindi, con focus di filiera a partire dalla conoscenza di come sarà cambiato il mondo fra sei mesi, quali saranno le nuove regole. Ma soprattutto un appuntamento in grado di dare un nuovo orizzonte di rilancio per il comparto.

I fondatori di Milano Wine Week e Merano Wine Festival (vedi box nella pagina seguente) hanno ribadito che i grandi eventi d'autunno esistono già e hanno lanciato una sorta di invito aperto...

Ribadisco che Veronafiere e Vinitaly pensano a una iniziativa innovativa a supporto del business, della comunicazione e di impatto internazionale. Stiamo dialogando intensamente con le associazioni di settore, le aziende, i produttori e con il sistema della promozione. Non abbiamo mai avuto, né abbiamo oggi, alcuna »

Alla fine ha prevalso la prudenza. Niente edizione 2020 per Vinitaly: si salta direttamente al 2021, dal 18 al 21 aprile. È la prima volta che succede nella storia della fiera di Verona: neppure lo scandalo del metanolo aveva fermato i lavori, anzi proprio da quel perimetro fieristico era partita la riscossa del vino italiano. Ma stavolta è diverso. Stavolta il “nemico” non è dentro ad una partita di vino, ma fuori. Attorno. Dappertutto. Scelta difficile per Veronafiere quella di rinunciare alla sua 54esima edizione, ma a quanto pare inevitabile. D'altronde, nelle ultime settimane, a viale del Lavoro erano arrivate tantissime missive in cui Consorzi e singole cantine chiedevano di rinunciare a questa edizione, sia per non pesare economicamente sulle aziende in un anno già difficile, sia per non rischiare di fare una fiera a mezzo servizio, con pochi buyer e visitatori dall'estero. Ne abbiamo parlato a caldo con il direttore di Veronafiere **Giovanni Mantovani**, cercando soprattutto di capire quale sarà il futuro del settore dopo tutto questo. E da dove ripartire.

» preclusione di sorta ad attivare partnership, a patto che siano funzionali a questo progetto e, quindi, alla rinascita del vino italiano. E lo faremo, come detto, investendo maggiori risorse in questi mesi e nei prossimi anche in ambito internazionale, con i nostri eventi (vedi calendario sotto; ndr) e le iniziative della Vinitaly International Academy.

Se dovesse dare un consiglio oggi a tutto il mondo vitivinicolo per prepararsi a ripartire, cosa direbbe?

Per ripartire servono nervi saldi e professionalità a tutti i livelli. Il lavoro in vigna che stanno facendo i produttori in questo periodo è fondamentale, si mette in sicurezza il patrimonio principale per essere pronti ad affrontare il mercato. E proprio dal mercato si dovrà »

» ripartire. Abbiamo, anche per il vino, buone notizie dalla Gdo italiana (vedi anche approfondimento a pag. 28), ma non basterà certamente, specie per i prodotti di livello medio-alto che compongono gran parte dell'offerta su canali diversi. L'Horeca in Italia e nel mondo di fatto è chiusa sine die, e la ripartenza sarà a singhiozzo perché il virus detta e detterà tempi diversi e influirà negativamente anche sul turismo globale. Una reazione a catena che può materializzarsi poi con speculazioni sul prezzo del vino, visto che è difficile non prevedere un eccesso di giacenze sotto vendemmia.

C'è il rischio di svalutazione del prodotto?

Abbassare la guardia sul fronte del valore è il pericolo principale, lavorare sui mercati è invece l'opportunità maggiore. Questa crisi della filiera è congiunturale, non strutturale, e si risolve con il business, lo studio e l'attenzione ai mercati.

Proposte per restare competitivi in questi mesi di standby?

Al sopra citato business, da coltivare anche attraverso forme e canali innovativi, aggiungo un aspetto: sarà importante fare ricorso nel modo giusto agli strumenti finanziari in ottica di gestione delle passività generate dal mancato reddito. Anche su questo aspetto l'unione farà la forza: il settore si dovrà presentare il più compatto possibile di fronte agli interlocutori.

Rivolgiamoci anche al mondo politico: quali provvedimenti ritiene più utili in questo momento?

Ci aspettiamo una risposta forte dal Governo a partire dalle leve di promozione che sarà in grado di attivare, in maniera diretta e indiretta. A tal proposito tengo a sottolineare come lo stop forzato del sistema fieristico in questi mesi ha determinato in Europa non solo un danno, finora, di 6 miliardi di euro al settore ma anche mancati affari per 39 miliardi di euro per le aziende partecipanti causati dall'annullamento o dal posticipo di oltre 200 fiere a carattere internazionale. Su 20 milioni di imprese attive in Europa, 18 milioni sono pmi: per il 50% di esse l'export passa dalle fiere internazionali e per il 75% le fiere sono l'unico strumento di marketing. Questo la dice lunga sullo scenario che abbiamo davanti.

A proposito di perdite, quanto costa alla città in termini numerici l'annullamento di una fiera come Vinitaly?

Le fiere, in particolare quelle che assumono una rilevanza e una risonanza mondiale, come Vinitaly, sono sicuramente una leva molto importante per l'economia di un territorio in questo caso diffuso. Secondo l'Osservatorio della Boc-

coni sulle fiere, l'indotto generato dagli organizzatori è pari a 10-15 volte il fatturato. Nel triangolo Lombardia-Veneto-Emilia Romagna si concentra l'80% del fatturato dell'industria fieristica italiana, pari a 800 milioni di euro in tre regioni che, prendendo il moltiplicatore più prudente, ovvero dieci, equivale a 8 miliardi di euro di indotto su un territorio diffuso. Veronafiere genera in media oltre 1 miliardo di euro l'anno, dei quali almeno un quarto sono prodotti da Vinitaly.

A questo si aggiunga tutto il resto, compreso il sacrificio di una fiera che ha dovuto posticipare o riprogrammare tutte le proprie manifestazioni primaverili. ❖

IL CALENDARIO AGGIORNATO DI VINITALY NEL MONDO

- ❖ Vinitaly Chengdu (17-20 maggio)
- ❖ Vinitaly China Road Show (luglio)
 - ❖ Wine South America (23-25 settembre 2020)
- ❖ Vinitaly Russia (26 e 28 ottobre 2020)
 - ❖ Vinitaly Hong Kong (5-7 novembre 2020)
 - ❖ Wine To Asia a Shenzhen (9-11 novembre 2020)