

IN FIERA A VERONA Da oggi al 9 aprile

# C'è l'export al centro di Vinitaly Europa e Usa brindano tricolore

È la rassegna del settore più importante del mondo. Zonin (Uiv): «Coordinamento e compattezza per espanderci ancora». Al fuorisalone «La grande bellezza Opera Wine»

## Fabrizio de' Marinis

■ È il vino la locomotiva delle esportazioni agroalimentari italiane, con un consolidamento strategico su tutti i continenti e un forte impegno espansivo verso i mercati asiatici. La produzione enoica del nostro Paese non conosce crisi e dal 2008 l'export è aumentato del 37%, con indici incisivi, anno su anno, delle vendite Oltreconfine, che hanno superato nel 2013, per la prima volta, i 5 miliardi di euro in valore, crescendo di un ulteriore 7% sul 2012. Proprio l'export sarà al centro del 48° Vinitaly (da oggi al 9 in Fiera a Verona) con la nuova iniziativa International Buyer's Lunge, dedicata all'incontro con i buyer esteri. Il più importante Salone mondiale dedicato al vino e ai distillati, con oltre 4.100 espositori presenti (anche di olio) su una superficie di 100 mila metri quadrati - un traguardo da primato ottenuto quest'anno - si riafferma quale grande vetrina internazionale e punto di riferimento del settore, con una media di oltre 140 mila visitatori, 50 mila dei quali sono operatori esteri provenienti da 120 Paesi.

«Cresce esponenzialmente questo fantastico appuntamento italiano, che il mondo ci invidia - spiega Domenico Zonin, presidente dell'Unione italiana vini - e si rafforza, quindi, su tutti i continenti l'espansione del nostro vino. L'Europa resta il mercato di maggior riferimento con un valore di 1,9 miliardi

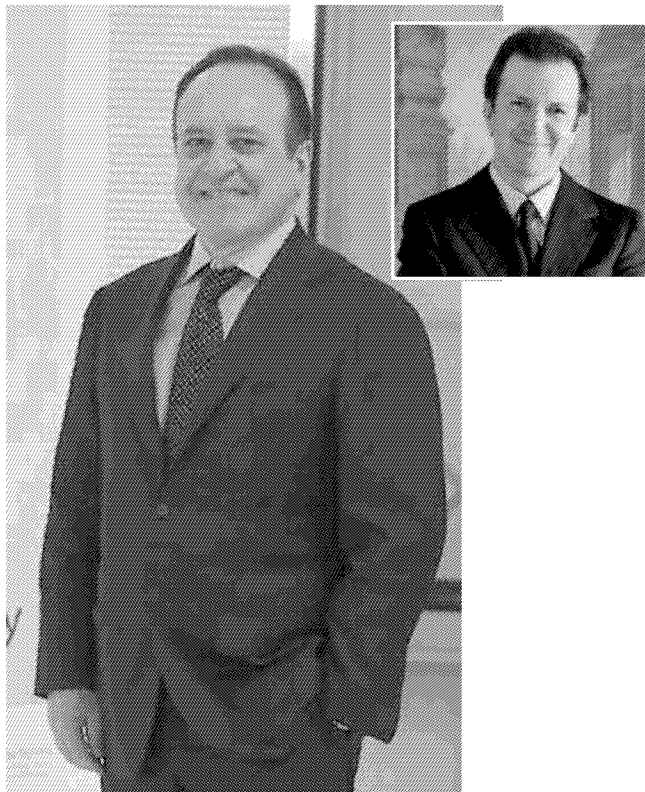
di euro di esportazioni; seguono Usa e Canada con 1,2 miliardi; l'Australia è molto interessante per la forte presenza di nostri connazionali; il Sud America segna il passo; mentre il forte impegno è oggi rivolto all'Asia dove esistono ampi margini di crescita. Siamo in Cina al quinto posto, dopo francesi, austriaci, cileni e spagnoli. Compattezza e coordinamento possono farci espandere ulteriormente. Ma occorre un fronte unico, coadiuvato dal mondo politico, che privilegiate le reali necessità delle aziende italiane, rendendole protagoniste. Ci stiamo muovendo in quest'ottica con il Mise e l'Ice, chiedendo che siano proprio le aziende a gestire direttamente gli impegni di spesa assunti dal pubblico, impegnandosi su qualità, immagine, territorialità e cultura enoica del nostro Paese».

Internazionalizzazione, buyer, export, bio e formazione, sono queste, quindi, le parole chiave di questo Vinitaly, oltre a Sol&Agrifood ed Enolitech. «Vininternational» rende per la prima volta organica la presenza degli espositori esteri, all'interno di un padiglione che ne ospita 80

dai principali Paesi produttori. Al debutto anche Vinitalybio, sui vini biologici. «Occorre con-

gruità nel promuovere la nostra immagine Paese - conclude Giovanni Mantovani, direttore generale di Verona fiere - il successo e i traguardi del Vinitaly mostrano il volto di un'Italia ricca di storia del vino, simbolo anche di cultura, territorio, turismo di qualità e ambiente integro. Valori che vanno consolidati e che quest'anno hanno anche invaso Verona con un fuorisalone ricco di eventi, tra i quali "La grande bellezza Opera Wine", con in vetrina i migliori cento vini italiani, selezionati da Wine Spectator».





**F**

A destra,  
il direttore  
generale di  
Veronafiere,  
Giovanni  
Mantovani,  
e Domenico  
Zonin (Uiv)