

Vinitaly al via il 2 aprile, Asia sempre più protagonista



Un quartiere fieristico di oltre 100.000 mq netti, 17 padiglioni pronti a diventare **il più grande centro b2b internazionale del vino italiano e non solo**, con più di 4.000 aziende in rappresentanza di tutto il made in Italy enologico e da oltre 30 nazioni. Vinitaly 2023, il Salone internazionale in programma a Veronafiere dal 2 al 5 aprile, rinsalda il proprio posizionamento business e di servizio a sostegno di uno dei settori tra i più strategici dell'export tricolore.

«In questo momento di grande cambiamento, tra sfide e opportunità Vinitaly – rileva

Federico Bricolo, presidente di Veronafiere – rimane un brand globale di promozione, in grado di generare nuovi sbocchi. Infatti, nel corso delle 13 tappe realizzate tra Europa, America e Asia abbiamo toccato con mano l'ulteriore potenziale sia sulle piazze più consolidate sia su quelle emergenti».

Per l'ad Maurizio Danese «l'ascolto delle imprese italiane è stato fondamentale per il varo dei prossimi Vinitaly. Non è un caso se i Paesi protagonisti nel Roadshow sono nella top 10 degli obiettivi di mercato dei nostri espositori. Così come la scelta di presidiare sempre di più l'Asia: **Cina, Giappone, Sud Corea ma anche Singapore, Hong Kong, Vietnam e altri sommano infatti il 20% dei prossimi target internazionali delle imprese italiane del vino.** Un'area emergente – dice – che con la Cina segnerà il grande ritorno a Verona, grazie a una selezione di oltre 100 top buyer del Dragone, tra gruppi dell'horeca, principali importatori e player dell'e-commerce».

Ma l'evoluzione quali-quantitativa della domanda estera riguarderà ovviamente tutti i mercati di sbocco ed emergenti, dagli Usa al Canada, dalla Corea del Sud passando per il Vecchio Continente fino al Sud America con la previsione di incrementare i top buyer del 40% sul 2022.