

**speciale Vinitaly****fusione.** L'agroalimentare trascina le esportazioni: vale l'8%

# Sol sposa Agrifood, 350 espositori per consolidare il primato nell'export

Buyers della Gdo in arrivo per incontrare i produttori

**D**opo 18 edizioni di Sol, Salone Internazionale dell'olio extravergine di qualità e dopo 5 di Agrifood Club, le due rassegne saranno unite in unico evento, il Sol&Agrifood, che si celebrerà nel padiglione C di Veronafiere contemporaneamente a Vinitaly dal 7 al 10 aprile. La fusione delle manifestazioni porterà in dote i 223 espositori di Sol, di cui 4 esteri e i 118 di Agrifood Club. Sono attesi, se la tendenza del 2012 sarà confermata, oltre 33.400 visitatori, di cui 6.500 esteri da 74 Paesi.

**PATRIMONIO DELL'EXPORT**

L'agroalimentare italiano non conosce crisi e fa volare l'export. Proprio ai mercati internazionali punteranno gli espositori di Sol&Agrifood, guardando con occhio interessato ai nuovi mercati emergenti, ma senza perdere di vista i consumatori europei e del Nord America. Sono loro lo zoccolo duro delle nostre esportazioni, che con un incremento dell'8% nel 2012 rispetto al 2011 sono salite a complessivamente a 25 miliardi di euro, facendo dell'agroalimentare la prima voce dell'export nazionale.

**OCCASIONI DI BUSINESS**

Sol&Agrifood propone una serie di iniziative dedicate al business. Tra queste il GDO Buyers Club per incontrare la grande distribuzione, il Buyers Club Online e il Walk Around Oil Tasting, dove i trader esteri potranno degustare, il primo giorno di manifestazione, sotto la guida del capo panel del concorso, gli oli extravergine di oliva vincitori del concorso Sol d'Oro presenti a Sol&Agrifood. Per la prima volta verrà anche realizzato il catalogo di tutti gli oli vincitori.

**NOVITÀ E CONFERME**

A Sol&Agrifood continua la collaborazione con Unaprol per l'internazionalizzazione dell'olio d'oliva extravergine italiano di alta qualità. Unaprol illustrerà i dati aggiornati sul mercato mondia-

le del settore e presenterà un focus sulle Dop dell'olio d'oliva extravergine ed uno studio pilota di lotta alla contraffazione. Grande spazio alla **pasta** con **PastaTrend** Preview, anteprima della manifestazione organizzata nel 2014 da Veronafiere e Avenue Media, l'unico evento realizzato per affermare il primato italiano di tutta la filiera. In un salone che vuole fare business, ma anche cultura del prodotto entra di diritto il polo di degustazione tenuto dal Centro Studi Assaggiatori, che propone il Grappa & C. Tasting, tradizionale banco d'assaggio che fornisce ogni anno le tendenze sensoriali nel settore degli spirits (grappe, amari, liquori), il Coffee Experience, cioè il più grande banco d'assaggio del caffè al mondo, e la nuova sezione Narratori del Gusto Special Guests dedicato quest'anno ai vini da dessert.

**PICCOLO È BELLO**

La possibilità di presentare più merceologie ha convinto molti piccoli produttori a presentarsi autonomamente, senza l'ombrello di uno stand istituzionale. Una tendenza che rispecchia la fisionomia del tessuto nazionale, polverizzato ma fortemente proiettato all'export.

[www.solagrifood.com](http://www.solagrifood.com)

**Padiglione F.** La manifestazione è giunta alla 16esima edizione

# Una fiera per chi è in fiera, Enolitech macchinari, attrezzature e accessori

Anche il ministero per dare un calcio alla contraffazione

**S**empre in contemporanea a Vinitaly e a Sol&Agrifood (da domenica 7 a mercoledì 10 aprile), il padiglione F di Verona fiere ospiterà la 16esima edizione di Enolitech, il Salone Internazionale delle Tecniche per la Viticoltura, l'Enologia e delle Tecnologie Olivicole ed Olearie. La rassegna del 2012 aveva coinvolto 175 espositori, dei quali 17 esteri e quasi 26.000 visitatori, dei quali oltre 4.200 da 64 Paesi esteri.

## EVOLUZIONE DIGITALE

Enolitech dimostra di saper stare al passo con i tempi e sbarca nell'era 2.0. Quest'anno, la cantina diventa digitale, grazie al debutto di Digitalic Village, un'area espositiva in cui l'innovazione tecnologica e informatica si mettono al servizio della filiera del vino. Una collettiva di aziende, guidate dalla rivista di settore Digitalic, propone ai visitatori le ultime soluzioni 2.0, dalle infrastrutture wireless per la raccolta di dati tra le vigne o per portare la connettività in cantina, fino ai software

più moderni per la gestione del magazzino, le analisi del terreno o l'e-commerce.

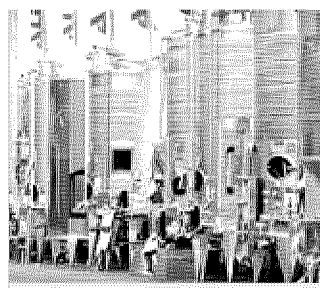
## MACCHINARI E ATTREZZATURE

Enolitech non è però solo questo: il Salone, infatti, rappresenta il punto d'incontro privilegiato tra aziende ed operatori che possono contare sulla più completa panoramica di macchinari, attrezzature e accessori per la produzione, l'imbottigliamento, il trasporto, la conservazione e la degustazione di vino e olio. Si va dalle macchine per vigneto e uliveto, alle bottiglie e imbottigliatrici, passando per tappi, cavatappi, bicchieri e cantinette, fino ai complementi d'arredo per enoteche e wine bar e agli stru-

menti di lavoro pensati per i sommelier.

## LOTTA ALLA CONTRAFFAZIONE

Per tutelare gli investimenti in ricerca e sviluppo della aziende presenti e gli stessi visitatori, al servizio anticontraffazione di Verona fiere - fornito come di consueto durante la manifestazione -, quest'anno si affianca quello della Direzione generale lotta alla contraffazione del ministero dello Sviluppo Economico. Nella direzione della tutela del made in Italy e dei consumatori va anche la presentazione in anteprima di un sistema di riconoscimento del prodotto basato sulla tecnologia QR-code applicata alle bottiglie di vino e olio.



## PER LE AZIENDE

Il salone dedicato alle tecnologie per la viticoltura, l'enologia, le tecniche olivicole ed olearie è una sorta di fiera nella fiera rivolta ai produttori presenti a Vinitaly e Sol&Agrifood. Nel 2012 c'erano 175 espositori e 26mila visitatori.

[www.enolitech.com](http://www.enolitech.com)

**la novità.** Rassegna di Verona e iniziative internazionali non bastano più: la rete è ormai uno strumento indispensabile di promozione

## VINITALYWINECLUB, IL 7 APRILE IL BALZO NELL'ERA DIGITALE

Non sarà solo uno negozio virtuale, ma una piattaforma in grado di veicolare il valore aggiunto di cantine e territori

**V**initaly si adegua ai tempi ed entra prepotentemente nell'era digitale: in occasione dell'apertura della 47esima edizione andrà online VinitalyWineClub ([www.vinitalyclub.com](http://www.vinitalyclub.com)), il nuovo canale strategico per la promozione e la commercializzazione del vino italiano nel mondo.

### NUOVE FRONTIERE

Attraverso la sua presenza sul territorio nazionale, con il Salone di Verona, e sui principali mercati stranieri con Vinitaly International, Vinitaly è a tutti gli effetti un "sistema di promozione" pensato per contribuire in modo concreto e strategico alla crescita e alla diffusione della cultura e del prodotto vitivinicolo italiano. Oggi, sfruttando le potenzialità offerte dai nuovi mezzi di comunicazione, Veronafiere aggiunge un nuovo canale al "sistema Vinitaly" e inaugura un nuovo territorio nel web do-

ve valorizzare prodotti e produttori di ciascun distretto.

### L'ANNUNCIO DI MANTOVANI

L'iniziativa è stata esposta il 5 marzo a Roma alla presentazione della 47esima edizione di Vinitaly direttamente Giovanni Mantovani, direttore generale di Veronafiere: "Il 40% del fatturato generato dalla vendita del vino italiano deriva dall'export. Da 47 anni Vinitaly riveste un ruolo da protagonista nella promozione del vino italiano nel mondo. Una strategia che ha permesso a molti produttori di qualità, spesso piccole realtà, di farsi conoscere ed apprezzare anche all'estero. Per potenziare quindi il nostro ruolo di propulsore alla crescita del settore, siamo lieti di presentare VinitalyWineClub, un progetto a cui lavoriamo da tempo e che oggi, raggiunta la qualità che da sempre contraddistingue le

iniziative Vinitaly, è pronto a debuttare online, inizialmente per vendere sul territorio italiano e, entro l'anno, in Europa".

### IL PROGETTO E GLI OBIETTIVI

Molto più che una semplice piattaforma di e-commerce, il progetto VinitalyWineClub nasce per offrire un'esperienza di avvicinamento, scoperta e, infine, acquisto delle migliori etichette italiane provenienti dai diversi distretti produttivi, dai più noti ai meno conosciuti. Attraverso abbonamenti flessibili e opportunità di personalizzazione degli acquisti, ma anche spazi editoriali dedicati all'approfondimento delle caratteristiche dei vini e le esperienze dei produttori, VinitalyWineClub permetterà di scoprire, conoscere e acquistare vini online con una formula modellata sui gusti e le possibilità di ciascun socio.

### LE TRE AREE

VinitalyWineClub ([www.vinitalyclub.com](http://www.vinitalyclub.com)) è un'ulteriore tassello del "sistema Vinitaly" che si articolerà su tre diverse aree. VinitalyWineShop, la piattaforma online per la vendita di una selezione di vini di qualità ad un giusto prezzo, che proporrà collezioni tematiche ad hoc ma anche la possibilità di creare la propria confezione di vini. VinitalyWineClub, la community esclusiva che consentirà ai soci di scoprire etichette emergenti selezionate grazie all'esperta guida di Vinitaly. La sua forma di abbonamento flessibile, basata su tre fasce di prezzo per rispondere alle diverse esigenze di budget, consente di scoprire ogni mese tre diverse etichette provenienti da ogni parte d'Italia. Ed infine VinitalyWineBlog, un contenitore di storie, immagini ed esperienze raccolte direttamente sul territorio, conversando con i produttori, che aiuterà a guidare i consumatori nelle loro scelte di acquisto.

## affidabilità

### Giudizi e descrizioni delle etichette garantite dal comitato

VinitalyWineClub, il nuovo sistema digitale dei produttori italiani i Vinitaly, si avvarrà di un comitato di selezione altamente qualificato che valuterà attentamente ogni singola etichetta per proporre al pubblico una gamma di vini equilibrata e di altissima qualità, capace di rappresentare l'eccellenza di ciascun territorio italiano garantendo un range di prodotti e prezzi in grado di rispondere alle richieste dei mercati chiave.



**Internet e vino è binomio vincente nel mondo. Il "sistema Vinitaly" entra nel web con tre aree: shop, club e blog**

