Scritto da Red.
Mercoledì 13 Aprile 2022 19:19



VERONA – Bilancio positivo per le 89 aziende della provincia che, nel corso della quattro giorni, hanno ospitato centinaia di visitatori e buyers internazionali

Cala il sipario sulla 54esima edizione del Vinitaly di Verona. Il salone internazionale dei vini e dei distillati chiude i battenti dopo quattro giorni di eventi, degustazioni tecniche, prestigiose verticali, walk around tasting, aree tematiche e focus sui principali mercati.

Un'edizione coinvolgente e molto partecipata, arrivata dopo due anni di stop per l'emergenza Covid. Anche l'ultima giornata ha registrato negli stand dell'Area Irpinia la presenza di centinaia di visitatori, attratti dalle proposte delle 89 aziende presenti a Verona nel segno del claim "Irpinia, una terra da raccontare", scelto dalla Camera di Commercio di Avellino per promuovere sui mercati di tutto il mondo l'immagine e il prestigio dei migliori vini di una provincia dal grande fascino, storicamente vocata alla vitivinicoltura.

La giornata di chiusura si è aperta con l'ultimo incontro, "Taste4test", organizzato dall'ente camerale tra giornalisti e produttori. Successivamente è stato presentato il bando "Ospitalità italiana 2022" per le "Produzioni aperte" rivolto alle cantine, alle botteghe e a tutte le produzioni tipiche del territorio caratterizzate da una filosofia che guarda alla valorizzazione dell'Irpinia come terra dalle grandi attrattive, pronta ad accogliere chiunque voglia scoprirne le bellezze e le straordinarie eccellenze enogastronomiche.

L'iniziativa rientra nell'ambito delle azioni per la promozione del settore turistico e vede la sinergia dell'ente camerale con Isnart, l'Istituto nazionale ricerche turistiche. L'obiettivo è qualificare l'offerta turistica delle imprese coinvolte in modo da accompagnarle nell'essere sempre più allineate con le esigenze espresse dalla domanda turistica e pienamente rispondenti alle caratteristiche dei territori che le ospitano.

La presentazione del nuovo bando, al quale hanno partecipato tutti i produttori irpini coinvolti in un brindisi finale, ha concluso il Vinitaly per l'Irpinia. Positivo il bilancio per le aziende partecipanti che, nel corso della manifestazione, hanno avuto la possibilità di confrontarsi con altre realtà di settore e, soprattutto, con diversi buyers internazionali, nel corso delle sessioni organizzate dalla Camera di Commercio. Un modo concreto e operativo per riprendere contatto con i mercati esteri in un ritrovato clima di socialità e condivisione, fondamentale per promuovere al meglio i migliori vini della nostra provincia.

Aggiornamento del 14 aprile 2022, ore 13.04 - Oltre 25mila operatori esteri provenienti da 139 nazioni: un successo l'edizione della ripresa post-Covid. E la Camera di Commercio di Avellino guarda già alla prossima edizione

Oltre 25mila operatori esteri provenienti da 139 nazioni, pari a quasi il 30% dei circa 90mila sbarcati a Verona: è stato il Vinitaly dei compratori stranieri. Gli Stati Uniti, analizzando con più attenzione i dati relativi alle presenze alla 54esima edizione del Salone Internazionale dei Vini e dei Distillati, hanno confermato la leadership nella classifica delle nazioni presenti, precedendo di poco la Germania. Al terzo gradino c'è il Regno Unito, mentre il Canada subentra alla Cina nella quarta posizione, davanti alla Francia. Seguono Svizzera, Belgio, Olanda, Repubblica Ceca e Danimarca.

Un bilancio decisamente positivo se si pensa che il Covid prima e, soprattutto, la guerra poi hanno fortemente limitato gli arrivi da Cina e Giappone e, ovviamente, dalla Russia.

"Non possiamo che essere soddisfatti di questa edizione – precisa Gaetano Mosella, Commissario Straordinario della Camera di Commercio di Avellino che ha guidato la delegazione irpina composta da 89 aziende vitivinicole – che, dopo due anni di stop legati alla Pandemia, è il simbolo della ripresa, della voglia di tornare ad essere protagonisti sui mercati internazionali".

Nel corso della quattro giorni di eventi, degustazioni tecniche, prestigiose verticali, walk around tasting, aree tematiche e focus sui principali mercati, l'Area Irpina ha ospitato diversi momenti di confronto e condivisione che hanno richiamato tra gli stand delle aziende irpine centinaia di buyers e visitatori.

"Rispetto alle scorse edizioni – continua il Segretario Generale Luca Perozzi – c'è stata una presenza più qualificata, rappresentata quasi esclusivamente da buyers e operatori di settore. La pandemia ha sicuramente ridotto la presenza dei visitatori occasionali, di coloro che, negli anni passati, venivano in fiera anche solo per curiosità e per assaggiare un buon calice di vino. Le nostre aziende hanno così potuto concentrarsi sul business con maggiore attenzione e tranquillità, raccontando, come recita il claim scelto per quest'edizione, l'Irpinia e la storia di una terra straordinaria da sempre vocata alla viticoltura. Credo che il bilancio finale sia assolutamente soddisfacente".

Le presentazioni della guida enoturistica dei 17 Comuni dell'Areale del Taurasi Docg e del Distretto Vini d'Irpinia", a cura di Coldiretti Avellino e Coldiretti Nazionale, così come la premiazione del marchio "Ospitalità Italiana", destinato a 19 strutture ricettive, ristorative, ed agrituristiche della provincia di Avellino, hanno rappresentato alcuni dei momenti più coinvolgenti e partecipati della quattro giorni organizzata nell'Area Irpinia. Molto apprezzato per la sua originalità anche l'evento "The Sound of Wine Tour", avvolgente connubio tra vino e musica con ospiti di talento e assoluto prestigio internazionale.

Il Segretario Generale guarda già alla prossima edizione. "Vogliamo crescere ed essere sempre in prima linea, la nostra provincia – precisa - si è ritagliata, nel corso degli anni, uno spazio da protagonista all'interno di uno degli eventi di settore più importanti a livello internazionale. Un valore aggiunto, un patrimonio di contatti e conoscenze da salvaguardare e, possibilmente, potenziare, sempre nel segno della qualità dei nostri vini di eccellenza e di un territorio – conclude Perozzi – che ha tutte le potenzialità per puntare sui flussi turistici legati all'enogastronomia".