

Con Veronafiere il vino italiano alla conquista di Russia e Hong Kong

■ È partita ieri a Mosca Vinitaly in the world, la vetrina enologica di Veronafiere per promuovere l'eccellenza dei vini italiani nel mondo. Il progetto si propone di dare supporto concreto ai produttori che operano sui mercati esteri più complessi per quanto riguarda le pratiche amministrative, il rapporto con gli interlocutori, e infine le dinamiche di importazione. L'export di vino italiano non conosce battute d'arresto, avendo superato nel 2011 i 4,4 miliardi in valore, in aumento del 12,4%, e in volume i 23 milioni di ettolitri (+9,4%). Numeri tanto più significativi alla luce della crisi economica mondiale. Quanto al mercato russo, nel 2010 l'Italia ha raggiunto il primo posto tra i tre maggiori Paesi esportatori verso questo Paese con 68,8 milioni di litri. L'export di vino italiano

verso la Cina, invece, ha registrato lo scorso anno un aumento del 35% in termini di volumi (quasi 31 milioni di litri) e del 6% ad Hong Kong (poco meno di 3 milioni di litri). Un trend quest'ultimo confermato anche nei primi sei mesi di quest'anno con un +16% in Cina, sempre in termini quantitativi, e un +40% a Hong Kong. Dopo l'appuntamento americano dello scorso aprile, ieri si è tenuta la tappa russa, mentre dall'8 al 10 novembre Vinitaly in the World sbarcherà a Hong Kong. I produttori italiani presenti sono complessivamente più di 200 e affronteranno in particolare il tema delle nuove e più restrittive norme sulla pubblicità degli alcolici in Russia. «Vinitaly in the World si conferma vero e proprio partner per lo sviluppo del business. Un esempio concreto del ruolo che gli enti fieristici come il nostro possono giocare nell'ambito della politica industriale del Paese», ha spiegato il presidente di Veronafiere, Ettore Riello.

