

KERMESSE

A giorni la presentazione ufficiale dell'area dedicata alle etichette made in Italy nell'appuntamento 2015

Expo, entro luglio il Padiglione vino

Fra le novità più attese lo spazio «emozionale», l'enoteca e i criteri per la commercializzazione

Slitta, ma non troppo, la presentazione del Padiglione vino all'Expo 2015 di Milano. Il progetto sarà infatti con ogni probabilità presentato il prossimo 30 luglio, una settimana dopo la data fissata inizialmente al 22. Una miniproroga che non deve però preoccupare più di tanto perché il Comitato scientifico definito dal ministro per le Politiche agricole, Martina e del quale fanno parte Riccardo Cotarella (Assoenologi), Piero Antinori (Marchesi de' Antinori), Domenico Zonin (Uiv), Lamberto Vallarino Gancia (past president Feder vini), Raffaele Borriello (Mipaaf), Carlo Guerrieri Gonzaga (Comitato Grandi Cru), Ruenza Santandrea (Cevico) e Giovanni Mantovani (Veronafiere) sta lavorando alacremente alla messa a punto del progetto.

Lo slittamento è stato deciso in una delle ultime riunioni del Comitato scientifico al Mipaaf e sarà ufficializzato nei prossimi giorni ma difficilmente si andrà oltre il mese di luglio.

Al momento sul progetto è trapelato poco. Secondo i maligni le indiscrezioni sono limitate perché in realtà non è molto quanto è stato definito. In realtà, secondo quanto si lasciano sfuggire alcuni protagonisti, invece il lavoro è anche più avanti di quanto previsto e tutti i dettagli verranno svelati a breve.

I tempi si sono dilatati an-

che per responsabilità che non dipendono dai soggetti direttamente coinvolti. Rispetto alla prima ipotesi – poi rientrata – di creare un padiglione ad hoc per il vino (poi esclusa dalla mancanza di spazio all'interno di una manifestazione che dovrà accogliere centinaia di paesi) che è stata rapidamente tramutata in uno spazio dedicato all'interno del Padiglione Italia ma tuttavia in un'area di grande visibilità all'interno della manifestazione. Un'area di circa 2mila metri quadrati che era in un primo momento destinata a uffici e strutture di servizio e che invece è stata recuperata allo spazio espositivo. Si trova vicino il Lake Italia negli spazi di pertinenza del Padiglione Italia all'incrocio tra il cardo NE e il decumano, pertanto nella piazza centrale dell'intera area Expo dove godrà della massima visibilità.

Sui rendering del Padiglione vino sono al lavoro gli architetti Rota e Belevi rispettivamente di Milano e Verona e tutte le novità, insieme al nome del Padiglione (la scelta sembra a questo punto limitata a due ultime ipotesi rimaste in campo) saranno svelate in un appuntamento che dovrebbe essere fissato il prossimo 30 luglio al Palazzo delle Esposizioni a Roma.

La struttura, come detto, sarà su tre livelli (due piani e una

terrazza) e avrà uno spazio dedicato alla parte informativa e emozionale, uno alla rappresentanza istituzionale (che potrà riguardare tanto i consorzi quanto le associazioni di categoria) e uno spazio che sarà dedicato agli incontri e alla commercializzazione.

«Per lo spazio definito emozionale – spiega Lamberto Vallarino Gancia – ancora non è possibile svelare nulla se non che l'unico obiettivo che ci ha guidato è la necessità di creare un "effetto wow". Ovvero dare un'idea precisa e immediata di cosa sia il vino, i territori e le tradizioni di cui è espressione, anche al visitatore che non ne sappia nulla e che attraverso Expo e il Padiglione vino si voglia avvicinare al nostro universo».

«Al pian terreno verrà realizzato un percorso emozionale – aggiunge il presidente dell'Unione italiana vini, Domenico Zonin – nel quale i visitatori entrando potranno avere subito un'idea di cosa sia il vino italiano percependo in maniera chiara che l'Italia è uno dei paesi più importanti del mondo nella produzione vinicola. Questo spazio sarà dedicato soprattutto al pubblico cinese e orientale. In Asia infatti si sono già venduti molti biglietti per partecipare a Expo 2015 e quindi ci aspettiamo un significativo afflusso di visitatori che spesso però ignorano che l'Italia sia un paese leader al mondo nella pro-

duzione di vino».

Altro aspetto al centro delle riflessioni del Comitato il funzionamento dell'area commerciale. Le ipotesi allo studio (fra le quali ad esempio c'è la creazione di un'enoteca Italia) infatti puntano a garantire da un lato al pubblico uno spazio per le degustazioni e dall'altro alle imprese un sistema che consenta, a rotazione, un'ampia partecipazione del mondo produttivo a Expo. «Anche qui – aggiunge Vallarino Gancia – incontriamo precisi limiti nei regolamenti Bie (Beureau International des Exposition, l'ente organizzatore di Expo) che prevede infatti che fatto 100 il lavoro sviluppato dal Padiglione solo un quinto (ovvero il 20%) può essere dedicata alla commercializzazione».

«Al primo piano del Padiglione – aggiunge Zonin – ci sarà la parte operativa con lo spazio per le degustazioni, le presentazioni delle aziende e lì sarà presente anche un'enoteca nella quale le imprese potranno decidere di essere presenti scegliendo fra diverse opzioni definite per la loro partecipazione. Infine, nei sei mesi di Expo verranno organizzati una decina di eventi istituzionali slegati cioè da singoli territori o etichette ma che riguarderanno il vino italiano nel complesso alcuni dei quali saranno dedicati ad approfondire il legame fra il vino e altri settori del made in Italy». •

PAGINA A CURA DI
GIORGIO DELL'OREFICE

