



Data: 1 aprile 2016

Sito: <https://www.vinix.com/>

Link: <https://www.vinix.com/myDocDetail.php?ID=8311&ref=fbpost>

Matilde Poggi: Sempre più FIVI a Vinitaly e si punta a un Mercato dei Vini itinerante



L'obiettivo dei 1000 soci non è lontano.

La **FIVI**, la **Federazione Italiana Vignaioli Indipendenti**, cresce anno dopo anno e il prossimo Vinitaly rappresenta la cartina tornasole di questa avanzata: più che raddoppiata la presenza, con 116 espositori a fronte dei 53 dell'anno scorso e 640 metri quadri a disposizione, invece dei 288 della passata edizione. Il padiglione è sempre l'8, che va arricchendosi anche della presenza di Vivit e Federbio. Insomma, una summa di quanto l'Italia del vino in chiave biologica/biodinamica/lotta integrata, può dare.

Le prove generali, la Fivi le ha fatte a Piacenza, con il **Mercato dei Vini** a fine novembre, una delle fiere del vino più "friendly" del panorama enologico. Piace perché il contatto con il produttore è diretto, informale e c'è la possibilità di acquistare le bottiglie assaggiate. Non ci sono dati precisi di vendita, ma da un occhio buttato nei carrelli dei compratori, si notava che la media degli acquisti si

aggirava intorno alle 7/9 bottiglie a testa. Le entrate della scorsa edizione hanno sfiorato le 6000 presenze, che, tradotto in etichette vendute, fa un bel gruzzoletto.

Con questi numeri la Fivi si prepara a Verona e lo spirito pare piuttosto alto, come conferma **Matilde Poggi**, viticoltrice veneta e presidente dell'associazione

Presenze e spazio duplicati al Vinitaly nel giro di un anno. Come ci siete riusciti?

Credo dipenda dall'attenzione che Fivi ha conquistato a Verona, diventando da subito un polo di attrazione. E' stata una cosa così rapida che, non nascondo, un po' ci ha stupiti. Subito dopo la contentezza, subentra però il carico di responsabilità: non è semplice dar luce a 118 aziende, così diverse tra loro anche per dimensioni.

Come organizzazione siete voi che andate alla ricerca di nuovi soci o sono questi che cercano voi?

E' assolutamente una loro scelta. Prendi il Vinitaly, tanti hanno ancora il loro spazio tradizionale, molti hanno deciso invece di venire sotto il "cappello" della Fivi, che è uno spazio piuttosto minimale, con banchetti tutti uguali. Altri ancora hanno dato inizio all'esperienza Vinitaly con noi. Tra l'altro l'idea di uno spazio Fivi nasce da una richiesta dei soci, più che dal consiglio direttivo.

Sia il Mercato dei Vini che lo spazio Vinitaly non hanno mai avuto problemi ad attirare appassionati e consumatori, ma come la mettiamo con il trade?

In verità l'idea di accorpate nel padiglione 8 tutte le realtà "bio" nasce proprio da una richiesta fatta dagli operatori del settore al management veronese. Il concept classico della divisione per regione crediamo abbia fatto un po' il suo tempo. Percorsi per tipologia sono invece più funzionali al trade che in questo modo può ottimizzare al meglio il tempo a disposizione. Detto questo, rimaniamo complementari alle grandi fiere e non ci interessa essere un'alternativa. Il valore di Vinitaly o di ProWein rimane irrinunciabile e non a caso sono fiere che si svolgono in primavera, il momento più utile al trade. Noi come Mercato dei Vini possiamo permetterci il periodo prenatalizio. Già questo lascia intendere come non vi sia alcuna competizione. Aggiungo, ma lo dico a titolo personale, che Verona dovrebbe chiudere gli ingressi agli appassionati e diventare una fiera business a tutti gli effetti. Non è sufficiente il deterrente dell'aumento di biglietto (quest'anno giunto alla cifra ragguardevole di 80 euro, ndr)

Quindi Vinitaly per il trade e Mercato dei Vini per i winelovers?

Forse era così all'inizio, ma non lo è più. Il Mercato dei Vini era indubbiamente nato per incontrare il consumatore – e l'idea della vendita nasce da lì – ma negli ultimi due anni il numero di ristoratori, enotecari, importatori e distributori che partecipano alla nostra manifestazione di fine

anno è cresciuto sempre più. Un timore iniziale c'era ed era quello di entrare in conflitto con i venditori, a causa della possibilità di acquisto delle bottiglie. In realtà la competizione non c'è mai stata e gli operatori hanno capito lo scopo, ovvero quello di una promozione limitata a due giorni. A loro tocca fare il grosso del lavoro nel resto dell'anno. Inoltre il periodo prescelto - le prossime date sono il **26-27 novembre 2016** – è ottimale perché è lontano dal fitto calendario di altri eventi. Forse un certo clima rilassato dipende anche da questo: dal fatto di potersi godere due giorni lontani dallo stress di una kermesse dietro l'altra.

Formula che vince non si cambia?

Il polo fieristico di Piacenza rimane la nostra scelta: gli spazi consentono di avere un pubblico numeroso ma non assembrato; la logistica è funzionale al carico e scarico; ci sono ampi corridoi tra le fila degli espositori; è facile da raggiungere. Con il 2017 però il Mercato dei Vini andrà anche in altre città. Vogliamo realizzare piccoli mercati itineranti in altri momenti dell'anno.

Se tracciassimo un ritratto del consumatore di vini Fivi, che caratteristiche avrebbe?

Credo piuttosto giovane, interessato alle storie del vino, ai territori dove nasce. Non particolarmente legato alle certificazioni, più attento invece al racconto che della propria azienda fa il vignaiolo. E' importante che le facce si incontrino. E tutto ciò ha piacere a raccontarlo attraverso i social. Durante lo scorso Vinitaly l'hashtag ufficiale **#siamoFIVI** è stato uno dei top trend della fiera.