

Fiere domestiche: grandi opportunità per il mondo del vino

scritto da Redazione Wine Meridian | 17 Settembre 2024



Abbiamo svolto un'indagine tra centinaia di produttori partecipanti a **fiere di rilievo nazionale o locale**, fiere quindi diverse da Vinitaly, Prowein, Vinexpo Paris e altre fiere internazionali.

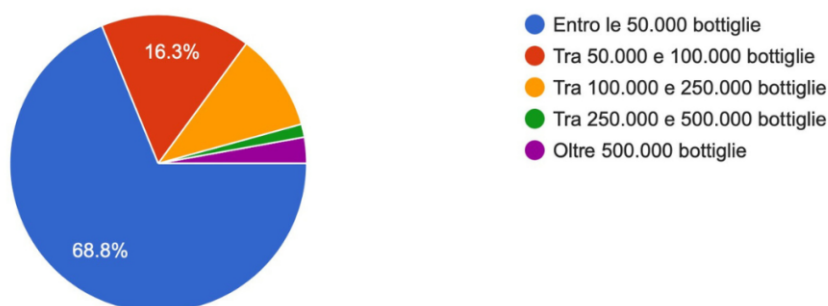
La partecipazione a una fiera rientra nelle opzioni strategiche di comunicazione e, operando in questo campo, dati, informazioni e tendenze sono parte del nostro bagaglio di conoscenze, che ci permette di fornire alle aziende che ci seguono strumenti concreti per orientare le proprie scelte imprenditoriali.

Abbiamo selezionato statisticamente un campione di 500

aziende, tra quelle partecipanti a fiere locali che si svolgono sull'intero territorio italiano: in qualche caso si tratta di fiere di rilievo nazionale che accolgono qualche centinaio di aziende; in altri casi fiere a carattere locale che richiamano poche decine di produttori. Il tasso di adesione alla nostra survey è di oltre il 28%.

La finalità dell'indagine è stata quella di comprendere il comportamento delle aziende nei confronti delle fiere minori, diverse da quelle di rilievo internazionale, per capire gli **obiettivi che le aziende si pongono** nella partecipazione a questo tipo di eventi, **come organizzano la propria partecipazione** in fiera, come gestiscono i giorni dell'evento e che ritorno hanno in termini di **soddisfazione** diretta e indiretta.

Oggi ci soffermiamo sulla individuazione delle **caratteristiche dimensionali** delle aziende interpellate e sulle prime sintetiche conclusioni sul grado di raggiungimento degli obiettivi espressi.



Ci
rc
a
il
69
%
de
ll
e
az
ie
nd
e
ri
sp
on

de
nt
i
è
di
pi
cc
ol
e
di
me
ns
io
ni
e
ha
un
a
pr
od
uz
io
ne
en
tr
o
le
50
.0
00
bo
tt
ig
li
e;
il
16

%
tr
a
le
50
.0
00
e
le
10
0.
00
0;
ci
rc
a
l'
11
%
de
l
ca
mp
io
ne
è
co
st
it
ui
to
da
az
ie
nd
e
co

n
un
a
pr
od
uz
io
ne
co
mp
re
sa
tr
a
10
0.
00
0
e
25
0.
00
0
bo
tt
ig
li
e,
me
nt
re
un
a
qu
ot
a
ag

gr
eg
at
a
re
si
du
a
di
ci
rc
a
il
4%
è
co
st
it
ui
ta
da
az
ie
nd
e
ch
e
pr
od
uc
on
o
pi
ù
di
25
0.

Dalle prime evidenze del lavoro di indagine possiamo quindi delineare in buona approssimazione che le aziende che partecipano a fiere minori hanno **prevalentemente piccole dimensioni**. Concettualmente questa prima evidenza può essere messa in relazione con i minori budget di partecipazione a fiere minori, locali o nazionali, rispetto all'investimento necessario per la partecipazione a fiere internazionali, considerate sia le quote per lo stand, sia i connessi costi di viaggio e soggiorno.

All'interno del campione circa **il 50% delle aziende partecipa annualmente a un numero di fiere minori compreso tra 3 e 5**, il 20% partecipa a 1 o 2 fiere l'anno, mentre un numero minore di aziende dichiara di partecipare a più di 5 manifestazioni l'anno.

Dedicheremo i prossimi insight a specifiche evidenze della survey e in particolare:

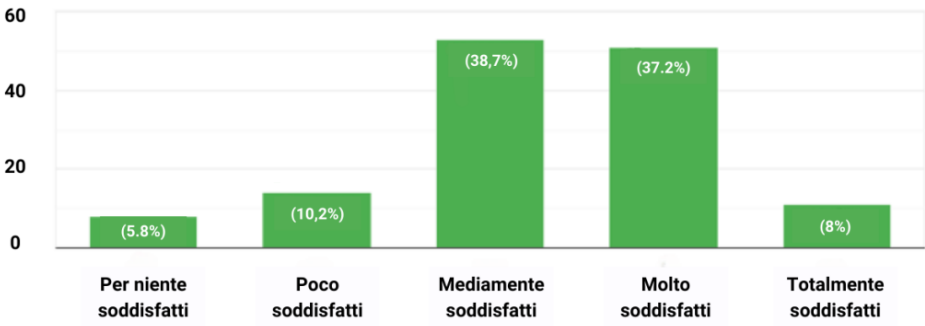
- gli obiettivi della partecipazione alle fiere minori
- le strategie di partecipazione e budget dedicato alle fiere
- i servizi legati alle fiere
- fiere internazionali vs fiere minori: il percepito delle aziende

Anticipiamo fin d'ora alcune prime sintetiche conclusioni sul grado di soddisfazione registrato dalle aziende a seguito

della partecipazione alle fiere minori.

Ci
rc
a
il
3
9%
de
l
ca
mp
io
ne
si
di
ce
me
di
am
en
te
so
dd
is
fa
tt
o
de
ll
a
pr
op
ri
a
st
ra

Qual è il grado di soddisfazione generale che la vostra azienda ha finora avuto con la partecipazione alle fiere "minori"?



te
gi
a;
me
nt
re
è
de
l
37
%l
a
qu
ot
a
de
l
ca
mp
io
ne
ch
e
es
pr
im
e
un
b
uo
n
gr
ad
o
di
so
dd

**is
fa
zi
on
e.**
Ci
rc
a
il
16
%
de
l
ca
mp
io
ne
si
di
ch
ia
ra
po
co
o
pe
r
nu
ll
a
so
dd
is
fa
tt
o,
me

nt
re
un
a
qu
ot
a
de
ll
'8
%
es
pr
im
e
un
gr
ad
o
di
so
dd
is
fa
zi
on
e
to
ta
le
.

Ringraziamo tutte le aziende che hanno dedicato tempo e attenzione alla compilazione del questionario, e che hanno mostrato disponibilità a condividere la propria esperienza.

Se l'argomento delle fiere è strategico per la tua azienda ti

invitiamo a seguirci nelle prossime settimane, in cui approfondiremo volta per volta tutti gli aspetti emergenti dalla nostra indagine.