

Basta fare paragoni tra fiere!

scritto da Lavinia Furlani | 16 Febbraio 2024



Con **Vinexpo Parigi** abbiamo dato il via a un lungo tour di fiere nazionali e internazionali che ci accompagnerà per tutto l'anno. Ma prima di immergerci completamente in questo fitto calendario che inevitabilmente assorbirà la nostra attenzione, vorrei condividere con voi alcune riflessioni su un argomento che è spesso al centro delle discussioni sul tema: **il confronto tra le diverse fiere.**

Confrontare le fiere serve a qualcosa?

No, e anzi, ho trovato sempre **ridondante e poco utile il costante confronto tra fiere alla ricerca della soluzione migliore.** "Prowein resterà sempre Prowein, ma Parigi si sta muovendo bene con una logistica favorevole. E Vinitaly è un must per un produttore italiano." Le opinioni sono varie, e

talvolta sono supportate da basi realistiche e analisi oggettive, **ma cosa otteniamo davvero da questi confronti?**

A mio avviso, discutere sulla fiera perfetta ci porta a distogliere l'attenzione da ciò che dipende da noi e che è davvero lo scopo del partecipare alle fiere. **Tutte le fiere sono valide nella misura in cui ci offrono opportunità per incontrare intermediari, conoscere mercati, ascoltare colleghi e comprendere le esigenze dei consumatori.**

In sostanza, **sulla carta non c'è la fiera perfetta per tutti, ma c'è quella più adatta a te.** Perciò anziché concentrarci sulle differenze, concentriamoci sulle azioni che possiamo intraprendere per massimizzare i benefici.

Facciamoci domande più costruttive:

- **Come ci muoviamo per preparare una fiera?** Ci affidiamo solo alle agende programmate con le App delle fiere o riusciamo a fissare altri incontri?
- **Siamo in grado di gestire adeguatamente il follow-up di una fiera?**
- **Qual è il budget annuale che possiamo dedicare alle azioni internazionali e come possiamo distribuirlo in modo intelligente?** Possiamo risparmiare su uno stand (in termini di grandezza e di allestimento) per ricavare del budget per una fiera in più, o preferiamo farne solo una ma presentandoci con i muscoli?

Invece di partecipare in modo compulsivo a tutte le fiere possibili, potrebbe essere più saggio concentrarsi su una gestione ottimale, dalla preparazione alla fase finale. Chiediamoci se abbiamo il team, il tempo e le competenze necessarie per gestire tre fiere in 45 giorni. Anche perchè **a poco serve interagire con centinaia di operatori se poi non si hanno le risorse per far fruttare questi contatti.**

Inoltre, è importante coinvolgere i nostri importatori nelle decisioni chiedendo loro dove andranno. La loro prospettiva può essere da supporto per le scelte strategiche dell'azienda.

Ma soprattutto, riflettiamo anche su cosa ci aspettiamo da una fiera. Ormai è definitivamente finito il tempo in cui in fiera si trovavano importatori che firmavano un ordine sul momento, eppure ancora troppo spesso sentiamo commenti che si concentrano unicamente sulla presenza di importatori più o meno interessati. **Crediamo davvero che un importatore oggi abbia bisogno di una fiera per costruire il proprio portfolio?** O forse la fiera diventa un mezzo per **consolidare**, per **costruire** e per **fare strategia** con i produttori?

Il mio suggerimento è quello di utilizzare le nostre energie in modo costruttivo anziché commentare la bellezza di una città o la facilità di raggiungere un padiglione con i mezzi pubblici. Sì, sono elementi importanti, ma non dimentichiamo mai che l'obiettivo finale è vendere il nostro vino.

Smettiamola di dare la responsabilità del nostro successo o insuccesso ad un contenitore. Il successo della nostra azienda dipende da noi, dalle azioni che intraprendiamo. Quindi, meno confronti e più azione: **è così che possiamo veramente fare la differenza!**