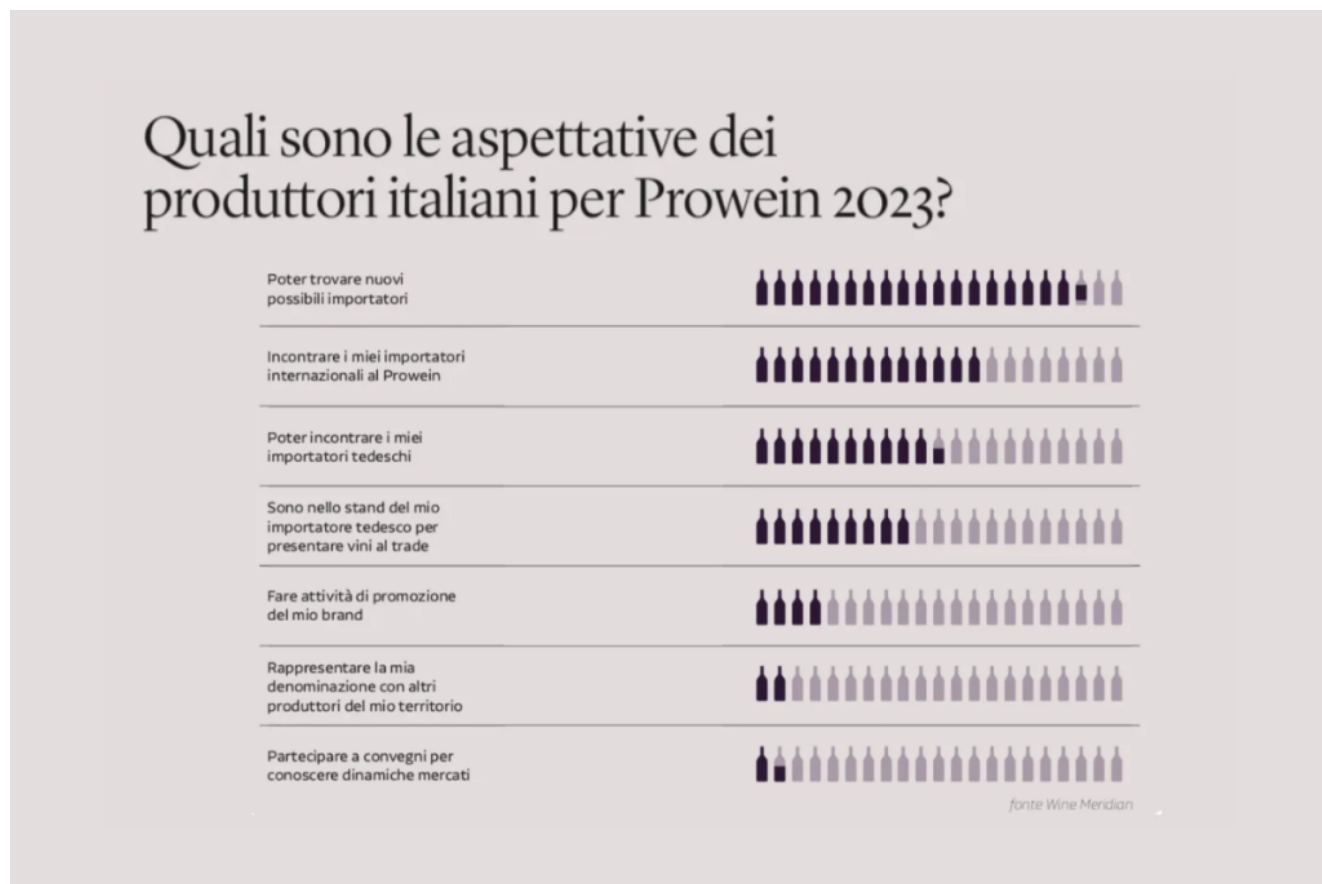


Fiere vino 2023: cosa ci aspettiamo da ProWein 2023?

scritto da Fabio Piccoli | 17 Marzo 2023



Domani partiamo per **ProWein** che, in circa trent'anni, è diventata la maggiore manifestazione mondiale del vino con i suoi oltre 6.000 espositori provenienti da tutti gli angoli produttivi del pianeta. Se si cerca un luogo dove tastare il polso allo stato di salute del settore vitivinicolo a livello mondiale, questo è certamente il ProWein di Düsseldorf.

Ma come arriva il comparto vitivinicolo a questa edizione di ProWein?

Ora che abbiamo in mano i dati finali del 2022, possiamo dire che **ci arriviamo con sentimenti contrastanti.**

Da un lato, infatti, abbiamo mercati che sembra abbiano reagito bene sia alla lunga coda della pandemia sia al drammatico conflitto russo-ucraino; dall'altro, invece, **ne abbiamo altri che danno segnali alquanto preoccupanti, soprattutto sul fronte dei consumi.**

Partiamo dalle note più piacevoli, a partire dagli **USA che, anche nel 2022, si sono confermati il primo mercato consumatori di vino raggiungendo i 34 milioni di ettolitri.** Come pure gli USA sono i leader nelle importazioni con un valore vicino ai 7 miliardi di euro, un dato che evidenzia una crescita superiore al 17% rispetto al 2021.

Di questi 7 miliardi, 2,2 sono frutto del nostro **export che lo scorso anno è cresciuto del 15,6% rispetto al 2021.**

Ma se gli USA corrono ancora – a dimostrazione di come questo rimanga il “mercato chiave” del vino a livello internazionale – abbiamo mercati, come la **Germania, ad esempio, che nel 2022 ha visto scendere il suo import del 4,8% a valore e del 9,3% a volume.** E l'Italia, essendo la leader di questo mercato (con una quota del 38%), ha registrato le perdite maggiori (-8,6% a valore) rispetto a **Francia (-1,3%) e Spagna (-3,9%).** L'unica buona notizia per noi sul mercato tedesco è quella relativa al Prosecco che ha registrato un incremento di ben il 28% diventando la DOP italiana più venduta in Germania.

Torniamo alla positività con il mercato del **Regno Unito che ha registrato un aumento del valore dell'import superiore al 22% raggiungendo quasi i 5 miliardi di euro** dei quali circa un miliardo frutto del nostro export, che nel 2021 è cresciuto di ben il 46,5% a valore (e circa l'11% a volume). Un dato molto positivo quello del Regno Unito, che probabilmente è stato anche agevolato (“paradossalmente”) dalla **Brexit, che ha rimesso gli UK tra i Paesi terzi** e quindi tra quelli sui quali investire con le risorse previste dalla misura dell'OCM vino.

Si torna invece alle negatività **parlando del mercato cinese,**

che è sceso al sesto posto sul fronte dei consumi e nel 2022 ha visto diminuire le sue importazioni di vino del 4,3% a valore e addirittura del 20,6% a volume.

Ad essere onesti, si sta registrando in Cina qualche segnale di miglioramento in questi primi tre mesi del 2023 ma **si fatica molto oggi ad avere una visione ottimistica di questo grande mercato** che continua a rappresentare “solo” una straordinaria potenzialità inespressa per la maggioranza dei produttori di vino di tutto il mondo.

Ma se queste sono le premesse, quali sono le aspettative degli espositori italiani per il ProWein 2023?

Abbiamo svolto una nostra indagine al riguardo con un panel selezionato tra le oltre 1.700 aziende italiane che saranno presenti alla Fiera di Düsseldorf. Oltre l'80% si augura di trovare nuovi possibili importatori. Può sembrare una risposta ovvia, ma **testimonia come tutt'oggi le fiere vengano viste come uno strumento fondamentale per trovare nuovi sbocchi di mercato**. E questo rappresenta una grande responsabilità per tutti gli organizzatori di eventi b2b in tutto il mondo, a partire proprio da ProWein. Ed è per questo che **l'analisi dei profili dei visitatori delle Fiere continua a rappresentare il principale criterio di giudizio di un evento b2b**.

Al secondo posto delle aspettative troviamo la **possibilità di “incontrare i propri importatori internazionali”**. Un altro aspetto molto importante che testimonia come le fiere internazionali siano determinanti anche per poter rinsaldare le relazioni commerciali con i propri buyer.

Al terzo posto troviamo la **possibilità di “incontrare i propri importatori tedeschi”** e con loro (al quarto posto della

graduatoria delle aspettative) di **poter “presentare i vini al trade presente a ProWein**. Che ProWein (pur nella sua grande espansione internazionale) continui a rappresentare un evento strategico per lo sviluppo nel mercato tedesco è indubbio e quindi non possono certo meravigliare queste aspettative.

In misura minore, **le aziende intervistate hanno evidenziato aspettative come il “fare attività di promozione del proprio brand” o il “rappresentare la propria denominazione con altri produttori del territorio/consorzio”**.

Interessante, riguardo a questi ultimi due aspetti, evidenziare come **ProWein non venga ancora vista come una manifestazione particolarmente utile sul fronte “comunicativo”** ma solo fortemente preziosa sul piano commerciale.

Considerando, però, l'importanza della valorizzazione del brand aziendale o territoriale per lo sviluppo del business, ritengo che **sarebbe importante riuscire a sfruttare maggiormente la nota manifestazione tedesca anche sul fronte della comunicazione**. Ma avrò modo di approfondire maggiormente questo aspetto alla fine di questa edizione di ProWein 2023.

Non mi resta che augurare a tutte le aziende italiane espositrici un ProWein ricco di soddisfazioni e di relazioni utili!