

# Gli insegnamenti di Prowein 2025

scritto da Fabio Piccoli | 20 Marzo 2025



*Prowein 2025 ha offerto un quadro realistico del mercato vinicolo globale, evidenziando incertezze e nuove opportunità. Nonostante il calo degli espositori italiani, l'evento ha mostrato la necessità di strategie collaborative su scala internazionale. Fare rete e sviluppare progetti comuni è emerso come il futuro del settore, con alleanze produttive e commerciali sempre più indispensabili.*

Abbiamo già scritto parecchio di questo Prowein 2025 che ha chiuso i suoi battenti martedì scorso registrando 4.200 espositori e 42.000 visitatori provenienti da 128 diverse Nazioni. Gli espositori italiani, come già sottolineato, sono stati circa 800, quasi la metà rispetto all'anno precedente, ma comunque sempre **il Paese più rappresentato alla Fiera di Düsseldorf.**

**Le premesse di questa edizione 2025 erano pessime**, al punto che anche molti espositori, che avevano dato la loro adesione, avevano annunciato che sarebbe stata la loro ultima presenza alla nota manifestazione tedesca.

Penso che molti di essi alla fine abbiano cambiato idea e, se non tutti, sicuramente alcuni li ritroveremo anche il prossimo anno.

E questo perché Prowein 2025, pur non essendo più quello delle edizioni passate, quello che, di fatto, era l'evento del vino leader a livello mondiale, ha comunque evidenziato una **presenza interessante di buyer soprattutto dai Paesi europei**.

Ma, soprattutto, questo Prowein ha rappresentato una **fotografia fedele dell'attuale stato di salute del vino a livello mondiale**. Mai come oggi la filiera del vino internazionale sta vivendo un momento che potremmo definire di grande riflessione, una fase di transizione, difficile da decifrare, dove prevalgono la confusione e una sorta di senso di smarrimento.

Ascoltando molte voci a Prowein ho avuto la netta percezione della difficoltà di comprendere bene dove il settore stia andando.

Non si tratta solo di incertezza del mercato ma, più in generale, di **incertezza dell'intera filiera**, dalla produzione al trade. **Un'incertezza che dipende in grande misura dall'attuale atteggiamento dei consumatori nei confronti del vino** che, per la prima volta, sembrano essere molto meno interessati alla nostra amata bevanda.

Una percezione che al Prowein abbiamo ascoltato non solo dai produttori italiani ma anche da molti internazionali.

Mi ha fatto molto riflettere l'appello di **Joel Petersen**, *executive director* di Paso Robles Wine Alliance, uno dei più grandi gruppi enologici al mondo, con oltre 200 cantine negli Stati Uniti.

Petersen in un interessante seminario ha evidenziato che **oggi non sono sufficienti sinergie tra cantine dello stesso Paese ma è fondamentale trovare accordi a livello internazionale** perché le sfide attuali per il vino riguardano tutti i player del settore e, per trovare soluzioni adeguate, è necessario unirsi.

Insomma, Petersen spinge verso un'alleanza dei sistemi produttivi mondiali al fine da un lato di comprendere meglio le attuali dinamiche di consumo, ma, al tempo stesso, di individuare soluzioni più coerenti ai fabbisogni dei consumatori di oggi e, in particolare, delle giovani generazioni.

Condivido in pieno il pensiero di Petersen perché, a fronte di problematiche così complesse, servono soluzioni altrettanto complesse, di ampio respiro, capaci di andare oltre le strategie attuali di promozione del vino che appaiono in gran parte legate ad un passato ormai lontano.

A questo riguardo, mi ha fatto piacere sentire uno dei maggiori produttori italiani che, a Düsseldorf, mi ha spiegato come, in fiera, abbia incontrato produttori argentini, cileni e australiani per costruire insieme un possibile network produttivo ma anche di promozione e commercializzazione.

Come pure ho incontrato un altro importante manager di una nota impresa del nord est che mi sottolineava la sua non preoccupazione nei confronti dei possibili alti tassi minacciati da Trump "perché due anni fa abbiamo costituito una nostra società negli USA con lo *status di winery* che ci mette al riparo da tassazioni nei confronti dei vini importati".

Insomma, pur in presenza di una situazione decisamente difficile, mai come oggi, proprio al Prowein, ho avuto la percezione che **molte aziende si stiano organizzando per rinnovare le proprie strategie**. E molte di queste strategie hanno un denominatore comune: fare squadra, fare rete. Non

penso, ad esempio, che sia un caso che la gran parte degli stand presenti a quest'ultimo Prowein siano stati "collettivi", tra quelli consortili, di reti di imprese, di società di importazione tedesche.

Certo, queste aree collettive sono frutto di scelte economiche, ma anche, ne sono convinto, della **consapevolezza che mai come oggi stare insieme sia la scelta migliore che si possa fare.**

Il salto in più che si dovrà fare, a mio parere, è quello di definire anche strategie commerciali comuni, non limitarsi a fare squadra per avere utili economie di scala, ma anche per condividere progetti comuni, risorse umane e, soprattutto, relazioni sui mercati.

**Chi pensa ancora di potersi salvare da solo è un illuso, e questo Prowein ce lo ha fatto capire senza mezzi termini.**

## **Non perdere le ultime news da ProWein**

- [\*Prowein 2025: meno illusioni, più pragmatismo e più strategie per il futuro del vino\*](#)
- [\*A Prowein 2025 con ottimismo...nonostante tutto\*](#)
- [\*Prowein 2025: pochi ma buoni, ma è giustificabile che le fiere del vino costino ancora così tanto?\*](#)
- [\*La lezione di ProWein: l'enoturismo è prima di tutto turismo\*](#)

---

## **Punti chiave**

1. **Prowein 2025 ha confermato la fase di transizione e incertezza del settore vinicolo, con un calo degli espositori italiani.**
2. **Mercato globale in crisi:** il vino non attira più come

prima e servono nuove strategie per coinvolgere i **consumatori**.

3. **Alleanze internazionali** sono fondamentali per affrontare le sfide attuali e individuare soluzioni **condivise**.
4. **Strategie innovative**: sempre più aziende cercano di costruire network produttivi per promozione e distribuzione.
5. **Collaborazione vincente**: il futuro passa dalla creazione di progetti comuni e dalla condivisione di risorse e mercati.