

Schmitz, Direttore ProWein: obiettivi raggiunti, “squadra che vince non si cambia”

scritto da Emanuele Fiorio | 23 Marzo 2023



L'edizione 2023 di ProWein è stata accompagnata da grande entusiasmo, le **aspettative** dopo un periodo complesso e difficile come quello pandemico, erano **molto alte**. **Forse troppo**, visto i riscontri non sempre positivi che abbiamo potuto raccogliere durante la kermesse di Düsseldorf. Lodi e critiche, plausi e malumori, un [quadro chiaroscuro per la fiera tedesca](#), con alcune zone di luce ma anche parecchie zone d'ombra.

Abbiamo affrontato diversi temi legati al presente ed al futuro della fiera tedesca, per definire un quadro più completo e bilanciato che potesse **dare voce anche “all'altra faccia della medaglia”**.

Per questo abbiamo voluto conoscere e approfondire le

riflessioni ed i riscontri del nuovo **Direttore di ProWein, Peter Schmitz.**

Qual è la sua valutazione generale di questa edizione?

Siamo molto soddisfatti di aver raggiunto i nostri obiettivi, **abbiamo ospitato circa 50.000 visitatori.** Lo scorso anno la fiera è stata messa a dura prova dalla pandemia ed il team di ProWein ha dato il massimo per raggiungere questo grande successo.

Secondo lei, qual è stato il reale impatto dello sciopero sulla fiera?

La notizia dello sciopero ci è arrivata tardi, venerdì 17 marzo, ma il team ha reagito prontamente ed abbiamo ordinato **36 bus provenienti da tutta la provincia** perché il trasporto pubblico si è azzerato. Il feedback degli espositori è stato molto positivo per quanto riguarda la gestione della situazione ed ha funzionato molto bene.

Se chiedessi ad un operatore del settore vino di associare un aggettivo a ProWein, probabilmente direbbe "internazionale". Dal 2013 infatti la fiera di Düsseldorf è stata integrata da numerosi eventi satellite internazionali (Shanghai, Singapore, Hong Kong, Mumbai, San Paolo, Tokyo). Quali sono le ragioni di queste scelte strategiche che sembrano puntare fortemente sull'Asia?

L'Asia è molto importante, soprattutto per l'industria vinicola ma per gli europei è difficile inserirsi nel mercato asiatico a causa di barriere linguistiche e culturali. Il nostro obiettivo è **aiutare i nostri espositori attraverso il nostro network di filiali internazionali** (ne abbiamo alcune in Asia, ad esempio a Tokyo, Shanghai, Hong Kong e Mumbai), sviluppando con loro un servizio professionale ed affidabile. Per quanto riguarda i visitatori, gli eventi internazionali di ProWein rappresentano una sorta di antipasto per la fiera principale di Düsseldorf.

Lei ha preso le redini di ProWein da febbraio di quest'anno, dopo essere succeduto a Michael Degen. Quali saranno le sue priorità e quali le novità rispetto alla direzione precedente?

“Squadra che vince non si cambia”, credo non farò grandi trasformazioni. L'obiettivo è quello di mantenere il posizionamento di vertice che ha ProWein e garantire questa condizione per il futuro. Questo ProWein ha presentato novità e anticipazioni di alcune tendenze legate al mercato dei no-low alcohol e del packaging sostenibile. Chiaramente siamo sempre attenti al mercato per intercettare le evoluzioni costanti.

Lei è dentro le dinamiche della fiera da decenni, visto che ha gestito per più di 20 anni le attività contrattuali di Messe Düsseldorf. Cosa ci può dire rispetto alle evoluzioni (tralasciando gli stravolgimenti del Covid-19) della fiera negli ultimi 10 anni?

Dal nostro punto di vista è molto importante sviluppare strategie di marketing specifiche per i visitatori, ma anche per esempio fornire piattaforme digitali che possono essere sia strumenti di networking che sistemi di informazione e news aggiornate. Questi sono solo due esempi.

ProWein è sempre molto attenta alle tendenze di settore, questa edizione è stata caratterizzata da diverse novità. Ci vuole illustrare quelle più rilevanti?

Come ho accennato precedentemente, la categoria no-low alcohol sta crescendo molto, per questo abbiamo inaugurato quest'anno una area speciale denominata “World of Zero”. L'altro focus centrale riguarda il packaging sostenibile ed il tema della sostenibilità nel suo complesso.

Abbiamo organizzato uno show speciale intitolato “Organic World” che ha riunito 40 espositori internazionali, offrendo

uno spaccato molto interessante dell'offerta di vino biologico mondiale. In questa edizione sono stati presenti oltre **300 espositori di vini biologici da tutto il mondo**. Abbiamo anche realizzato una collaborazione con l'associazione **"Sustainable Wine Roundtable"**, una rete unica nel suo genere che punta a sviluppare uno standard globale di sostenibilità del vino.

L'Italia è tradizionalmente il Paese con la maggiore rappresentanza a ProWein e anche quest'anno è stata protagonista di tre padiglioni (15, 16 e 17). Qual è la sua impressione sullo stato dell'arte del vino italiano?

L'Italia ha una grande varietà di vini a tutti i livelli, sia per quanto riguarda la qualità sia per fascia di prezzo. **Il vostro Paese ha un grande peso, occupa tre padiglioni del ProWein su una superficie di 16.000 metri quadrati con circa 1500 espositori.**

Avete già qualche novità per il prossimo anno?

Speriamo che il prossimo anno si ripeta il successo raggiunto durante questa edizione. Ci saranno altri focus ma sono pienamente convinto che la nostra squadra lavorerà molto soprattutto in ottica di **strategie di marketing per portare sempre più operatori chiave qui a Düsseldorf.**