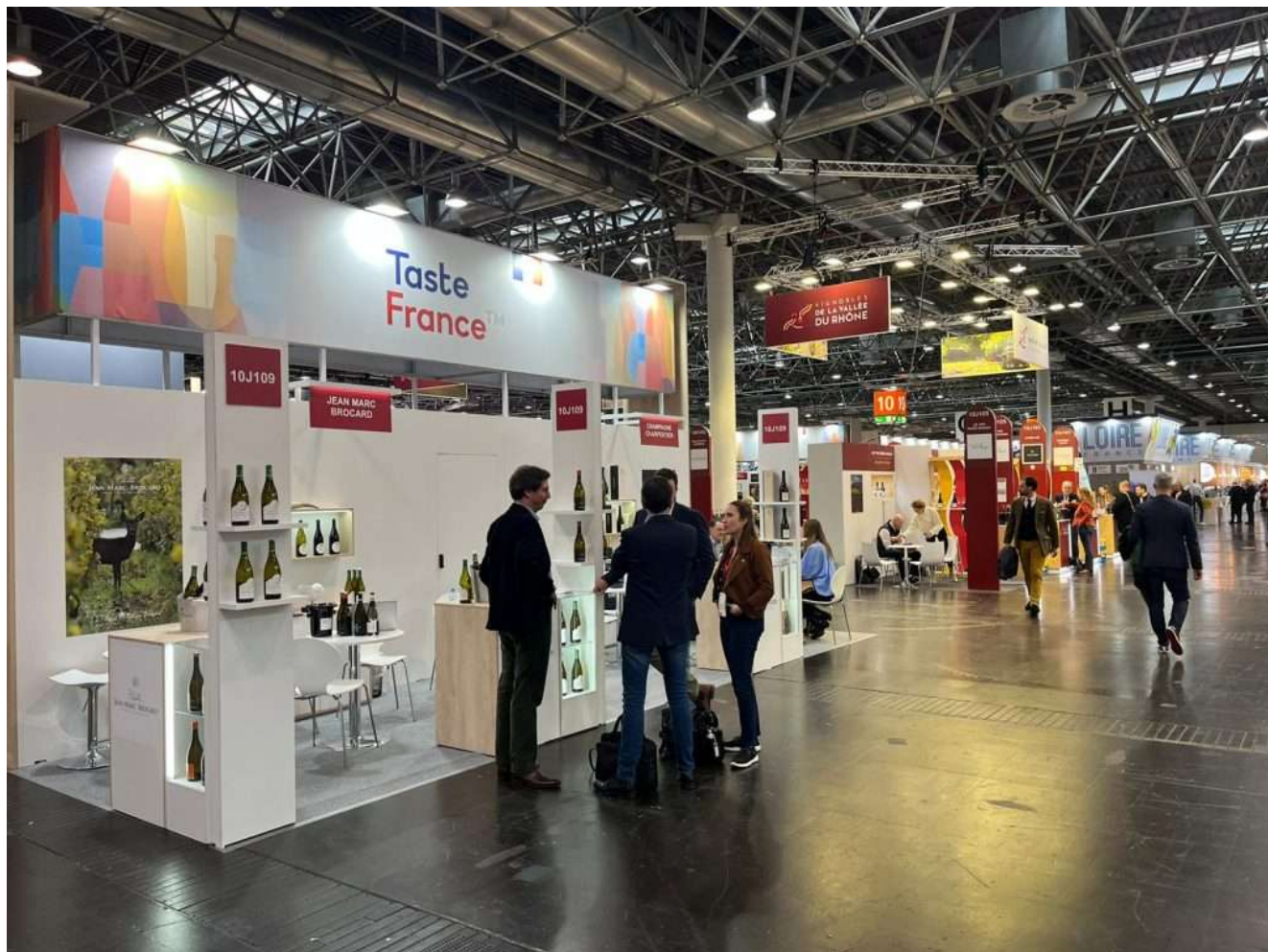


ProWein 2024: Quello che pochi avevano previsto

scritto da Fabio Piccoli | 11 Marzo 2024



Si sta chiudendo la seconda giornata di ProWein e si possono abbozzare alcune prime riflessioni senza avere la pretesa di avere un quadro chiaro, visto che siamo in una fase altamente “contraddittoria”.

A questo proposito mi viene in mente un commento di una brava responsabile marketing di una nota azienda del Prosecco di Conegliano Valdobbiadene che oggi mi ha detto: “Sto raccogliendo molti commenti contrastanti su questa edizione di ProWein”.

E non potrebbe essere altrimenti, le ho risposto, visto che stiamo vivendo una situazione assolutamente “contrastante”.

Evito di fare il solito sermone riguardo al fatto che **le aziende che hanno preso bene i loro appuntamenti sono quelle che di fatto esprimono soddisfazione** anche in relazione a questo ProWein 2024, più sottotono. Lo evito ma continuo a ritenere quest'ultimo aspetto l'unica ragione che legittima la partecipazione ad una fiera per operatori professionisti.

Mi vorrei invece soffermare su quelle che a mio parere, ma anche raccogliendo i commenti di molti espositori e parecchi visitatori, sono alcune evidenze rilevanti di questa trentesima edizione di ProWein.

La prima evidenza è che **vi sono molti meno buyer nord americani e soprattutto asiatici**. È lecito anche farsi sfuggire qualche volto occidentale ma è impossibile non rilevare che di occhi asiatici praticamente non se ne sono visti tra i padiglioni fieristici di Düsseldorf. Ma probabilmente, come mi hanno fatto osservare alcuni organizzatori di eventi b2b, **oggi spostare buyer dall'Asia ha costi esorbitanti** e anche il rilascio dei visti richiede tempi biblici.

Altra evidenza, direi eclatante, è la **ridotta presenza di espositori francesi** che ha costretto gli organizzatori a sparpagliare le aziende francesi nella medesima area degli anni scorsi ma con distanze ampissime tra uno stand e l'altro e con corridoi di passaggio larghi come campi di calcio.

Ma i padiglioni "francesi" sono stati anche quelli con una presenza di visitatori decisamente inferiore e devo ammettere che **ho avuto la netta percezione che la Francia vedrà ridurre drasticamente la sua presenza** al ProWein nel giro di un paio di edizioni. Sempre a quest'ultimo proposito, in quello che si può definire il "Fanta Fiere", si è parlato addirittura di una sorta di boicottaggio da parte di alcune importanti aziende francesi che hanno esortato i loro buyer a disertare ProWein.

Ma aldilà di queste illazioni che trovano il tempo che

trovano, è indubbio che questa edizione di ProWein ha testimoniato non solo **l'evidente concorrenza di Vinexpo Paris** ma più concretamente **l'evoluzione di un nuovo assetto** ma anche modello della proposta fieristica internazionale del vino. Ed è su questo fronte che a mio parere si deve aprire un importante confronto tra il sistema delle imprese e quello delle organizzazioni fieristiche.

Mi permetto a questo riguardo di esprimere alcune valutazioni che non sono frutto solo del mio pensiero ma anche di molti imprenditori e manager che ho ascoltato in questi giorni.

ProWein sicuramente cambierà pelle e forse non era quello che avrebbe voluto. Sono pochi a mettere in dubbio il suo ruolo anche nel prossimo futuro ma **è evidente che quella leadership assoluta, indiscussa di essere l'unico polo fieristico internazionale del vino verrà quanto meno ridimensionata.**

E le ragioni di tutto questo, lo ripetiamo da un po', non sono da ascrivere solamente alla crescita di Vinexpo Paris ma in primo luogo a condizioni del mercato del vino in profonda trasformazione che implicano anche modelli fieristici diversificati.

Penso che a quest'ultimo proposito **ProWein probabilmente tornerà ad essere una manifestazione più tedesca** e magari attrattiva per mercati comunque strategici come quelli centro, nord ed est europei.

Questo non va considerato necessariamente un ridimensionamento ma un inevitabile processo di adeguamento verso i fabbisogni dei buyer che non possono ormai presidiare qualsiasi manifestazione internazionale e devono fare pertanto delle scelte.

Lo stesso investimento degli organizzatori fieristici e degli **enti pubblici o parapubblici** che li supportano **non sono in grado di aumentare ogni anno sempre di più i loro budget** per trasportare migliaia e migliaia di buyer internazionali nelle

tre principali fiere mondiali del vino. Senza dimenticare che il numero di buyer, importatori e distributori in primis si sta assottigliando e nei cosiddetti mercati emergenti i numeri sono ancora ridotti.

Ultima annotazione prima dei commenti finali di domani. È sempre più chiaro – e questo ProWein 2024 lo ha evidenziato – che **il mondo produttivo deve provare in tutti i modi ad aprire un nuovo dialogo con i consumatori finali**. La percezione anche da Düsseldorf è di un mondo fatto di addetti ai lavori (tra produttori, buyer e media di settore) che hanno fatto fino ad oggi del loro meglio ma adesso i loro sforzi non sono più sufficienti per allargare il bacino dei consumatori.

Se a questo si aggiunge la potente lobby “salutistica” e la disaffezione attuale dei giovani consumatori nei confronti del vino è chiaro che **non possiamo più illuderci che è sufficiente parlarci solo tra addetti ai lavori**, comunicare solo tra di noi. Siamo diventati troppo pochi e purtroppo anche frammentati in maniera impressionante, noi italiani in primis.

Pertanto la guerra non è tra Düsseldorf e Parigi, ma tra “noi” pochi del vino contro i miliardi di persone che sono fuori dalle nostre fiere di settore.