

Prowein 2025: pochi ma buoni, ma è giustificabile che le fiere del vino costino ancora così tanto?

scritto da Fabio Piccoli | 17 Marzo 2025



Prowein 2025 conferma un'affluenza ridotta ma con visitatori ben profilati. Il dibattito si sposta sui costi eccessivi degli stand fieristici, sempre meno giustificabili per il ritorno sugli investimenti. Si propone un ripensamento dei layout espositivi, puntando sulla funzionalità più che sullo sfarzo, per un approccio più pragmatico e sostenibile alle fiere B2B del vino.

Se si misura l'affluenza a una fiera dal rumore che si sente dentro i padiglioni potremmo dire che questa edizione 2025 di Prowein è stata tra le più "silenziose" della storia delle

fiere del vino.

Che poi questa sia una brutta notizia è tutto da vedere e anzi, ascoltando anche oggi il parere di molti espositori, ho rilevato una sostanziale soddisfazione grazie a un profilo di buyer ritenuto interessante e adeguato.

I giudizi finali su quest'ultimo aspetto, come tutti ormai ben sanno, in realtà sarà possibile farli solo tra qualche mese, come minimo.

Quello che è già certo è che coloro che pensavano di trovarsi di fronte a un Prowein totalmente fallimentare si sono dovuti ricredere e probabilmente, come ho già sottolineato nel mio commento di ieri, questo evento si sta ricucendo una nuova veste, **più eurocentrica**, sicuramente più limitata nei numeri, ma comunque ancora con un suo senso e un suo ruolo all'interno delle iniziative b2b a livello mondiale.

Inutile ripetere la solfa che **le aziende che sono arrivate a questo Prowein con l'agenda organizzata sono state inevitabilmente quelle più soddisfatte**, ma, per coloro che hanno ancora qualche dubbio al riguardo, vale sempre la pena ricordarlo.

C'è però un aspetto che mi preme sottolineare, e che questa edizione di Prowein ha evidenziato in maniera talmente palese e che sarebbe folle non mettere sul piatto in maniera chiara: **sono ancora giustificabili costi degli stand fieristici** (tra superficie e allestimento), in particolare in eventi b2b, **così straordinariamente elevati?**

Non entro nel merito dei costi che devono sostenere gli enti organizzatori, ma se guardo i costi imputabili alle imprese e li suddivido per i contatti oggettivamente acquisibili all'interno di una fiera, viene facile affermare che **non vi è più una coerenza accettabile.**

Avere aree espositive che costano, per soli tre giorni di

manifestazione (di cui spesso l'ultimo già al disarmo), **come un appartamento è veramente paradossale** e, se mi permettete, fuori dal tempo.

Ripensare a dei **layout fieristici**, almeno negli eventi rivolti ai professionisti del settore, **più semplici e funzionali**, senza per questo svilire l'immagine del vino e dei suoi protagonisti produttori, è una strada che non si può più non prendere in considerazione.

Con questo non voglio spingere le imprese che lo desiderano a raccontarsi in fiera con allestimenti più appariscenti. Al tempo stesso, però, ritengo che probabilmente **dobbiamo dichiarare conclusa la fase dove questi eventi fieristici rappresentavano un luogo ideale per farsi notare a tutti i costi, per farsi vedere più grandi e fastosi.**

Oggi siamo entrati a pieno titolo, sempre a mio modesto parere, nell'era del pragmatismo dove **ogni investimento va calibrato in maniera assolutamente scrupolosa**, direi quasi certissima. Ogni euro deve essere soppesato al meglio, non per smettere di investire, ma per farlo con una precisa gerarchia di priorità.

E con tutta onestà **mi viene difficile considerare lo "sfarzo in fiera" una priorità** per la gran parte delle imprese del vino.

Sono ovviamente aperto – e mi farebbe piacere – ad un confronto franco su questo aspetto che ritengo importante anche per gli stessi enti fieristici che potrebbero, così, accelerare il percorso di evoluzione verso un *business* più di servizi e meno di spazi.

A domani per le conclusioni finali.

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](#)
 - [Enoturismo e la lezione di ProWein: l'enoturismo è innanzitutto turismo](#)
-

Punti chiave

1. **Affluenza ridotta ma con un pubblico profilato**, rendendo la fiera ancora rilevante per il business.
2. **I costi degli stand sono sproporzionati rispetto ai contatti acquisibili**, sollevando dubbi sulla loro sostenibilità.
3. **Necessario un ripensamento degli eventi B2B**, con allestimenti più funzionali e meno orientati allo sfarzo.
4. **La fase della visibilità a ogni costo è finita**: le aziende devono adottare un approccio pragmatico.
5. **Le fiere dovrebbero puntare più su servizi** che sulla mera vendita di spazi espositivi.