

Vinexpo Paris 2023: “Parigi val bene una fiera del vino”

scritto da Fabio Piccoli | 17 Febbraio 2023



A commento della terza edizione (la quarta, se consideriamo la prima del 2019 di Wine Paris) di Vinexpo Paris, mi è venuta in mente la **nota frase: “Parigi val bene una messa”**, pronunciata da Enrico di Navarra verso la fine del ‘500, quando la Francia era devastata da una guerra civile conosciuta come la **“guerra dei tre Enrichi”**: Enrico di Guisa, Enrico III e, appunto, Enrico Navarra.

Una frase che, nel tempo, è stata sempre più utilizzata per **indicare una circostanza nella quale è bene sacrificarsi pur di raggiungere un obiettivo molto importante** (che, nel caso di Enrico Navarra, era il trono di Francia ottenibile solo attraverso l’addio alla fede protestante e l’abbraccio al cattolicesimo).

Nel caso di Vinexpo Paris, l’obiettivo, non certo facile, è

quello di trovare una sua precisa identità e ruolo all'interno del complesso panorama delle fiere internazionali del vino.

Nel giorno di apertura della Fiera, il **direttore generale di Vinexpo Paris, Rodolphe Lameyse**, più o meno velatamente aveva fatto passare il messaggio di una possibile **“guerra” a Prowein** con il quale oggi – in una dichiarazione a *Le Figaro* – è possibile avere una competizione alla pari”.

L'ambizione è sicuramente una delle caratteristiche principali dell'animo francese e **Parigi**, senza dubbio, **ha tutti i fattori per poter essere una capitale del vino a tutti gli effetti anche sul fronte fieristico.**

Ma sarebbe sbagliato, a mio parere, continuare ad analizzare l'offerta “fieristica” del vino cercando di comprendere **chi vincerà e chi soccomberà.**

La realtà ci dice, e non certo da oggi, che **il settore vitivinicolo è estremamente segmentato** in tutto il mondo e allo stesso modo lo è la domanda, a partire dal trade, dagli importatori e distributori.

E ciò significa che, di fatto, **sono necessarie fiere complementari tra di loro.**

Per questa ragione, non mi sembra così azzardato affermare che le manifestazioni di Düsseldorf, Verona e Parigi continueranno non solo ad avere una loro ragion d'essere, ma **dovranno costruire una loro precisa identità** per selezionare un target di visitatori sempre più coerente alle aspettative e fabbisogni dei loro espositori.

La mia non vuole essere un'osservazione ecumenica, del “volemente ben” per affermare che c'è spazio per tutti, ma **una visione pragmatica e realistica di quello che oggi è il “fabbisogno fieristico”** per la filiera vitivinicola a livello mondiale.

Ci può essere un'obiezione a questa mia valutazione: la

difficoltà di molte imprese del vino, soprattutto le tante piccole e micro imprese, di poter presidiare in maniera efficace una dietro l'altra tre manifestazioni che si svolgono di fatto nell'arco di un mese e mezzo.

È chiaro che non solo la partecipazione a fiere internazionali ma, più in generale, **l'attività di internazionalizzazione implica sempre più strutture aziendali adeguate**, capacità manageriali per l'export ben definite.

Mi dispiace sottolinearlo, ma **anche Vinexpo Paris ha evidenziato nell'area Italia alcune imprese che hanno partecipato senza alcun appuntamento in agenda**, senza un'adeguata preparazione alla fiera.

Non aiuta, in questa direzione, il finanziamento da parte di enti pubblici (Regioni in primis) che portano in fiere di questa natura **aziende assolutamente impreparate**, attratte solo dal supporto economico che spesso le porta, addirittura, a partecipare a titolo gratuito.

Su quest'ultimo fronte, **è fondamentale una riflessione molto approfondita e concreta** perché è decisamente preferibile supportare queste imprese a livello locale, magari aiutandole a sviluppare finalmente un'attività di accoglienza e di vendita diretta più seria ed efficace.

Osservare nel 2023 ancora imprenditori ed export manager seduti nei loro stand a girarsi i pollici è un'immagine non solo poco gratificante ma che in qualche misura **delegittima i tanti sforzi che fa il sistema vino Italia per essere competitivo sui mercati internazionali**.

Se, quindi, **“Parigi val bene una fiera”**, è fondamentale che le imprese che vogliono partecipare a queste tipologie di “rito” abbiano le carte in regola per sfruttare e **capitalizzare al meglio tali appuntamenti**.

Certo, questo non significa che Vinexpo Paris abbia già terminato la sua fase di rodaggio per diventare un

appuntamento immancabile per le imprese del vino preparate seriamente sul fronte export, ma è certo che non è più così lontana.