A Vinexpo Paris molte più luci che ombre dai mercati del vino

scritto da Fabio Piccoli | 15 Febbraio 2024

Questa quinta edizione di Vinexpo Paris (preferisco mantenere il nome storico di Vinexpo rispetto al più recente Wine Paris) è stata caratterizzata da due "**scommesse**":

- il "**toto fiera**" (Parigi o Düsseldorf?)
- il "**toto mercato**" (pessimismo vs ottimismo).

Sinceramente era molto più interessante e utile comprendere se da Parigi fossero emersi **segnali di ripresa** del mercato del vino e, in questa direzione, il **parere** e l'**umore dei buyer** presenti in fiera era la cartina al tornasole più importante da monitorare.

Per questa ragione penso che a questo punto non valga troppo la pena cercare di comprendere se Parigi riuscirà a superare Düsseldorf, saranno i **fatti** a dimostrare se sarà possibile o meno nel prossimo futuro la **convivenza** di due grandi fiere internazionali del vino in Europa.

È chiaro che il vero ago della bilancia su quest'ultimo fronte sono e saranno i buyer che dovranno scegliere **se frequentare tutte e due le fiere o solo una di esse**.

Volutamente non cito Vinitaly perché ritengo che i buyer specializzati sul vino italiano difficilmente potranno disertare la fiera di Verona, senza poi dimenticare che lo spirito b2c della kermesse veronese rappresenta comunque una **garanzia di successo** per VeronaFiere (checché se ne dica…).

Ma per le ragioni sopracitate bisognerà anche comprendere meglio quanti buyer specializzati in vini francesi frequentano e frequenteranno Vinexpo Parigi anche in futuro quindi **i giochi sono ancora molto aperti** e non vi sono certezze al riguardo.

Per tutte queste ragioni abbiamo cercato di concentrare la nostra attenzione maggiormente sulle **attuali dinamiche di mercato** e, soprattutto, sulle **prospettive del prossimo futuro**.

In questa direzione usciamo dalla fiera di Parigi molto **rinfrancati** perché abbiamo raccolto molti più **segnali positivi** che negativi.

Positività che si è evidenziata anche dal **grande numero** di **buyer presenti**, provenienti praticamente da tutte le più importanti **aree mondiali** ma anche dai continenti emergenti, primo fra tutti l'**Africa**.

Ma aldilà dei numeri, i pareri che abbiamo raccolto sono stati quasi tutti all'insegna dell'**ottimismo** soprattutto per la seconda metà dell'anno che la maggioranza vede come una sorta di **spartiacque** tra il brutto e finalmente il ritorno del bel

tempo.

Ciò non toglie che nei commenti dei buyer emerge evidente la consapevolezza di mercati in grande mutazione che necessitano di approcci diversi rispetto al passato.

Non a caso, in questa direzione, non c'è stato un importatore che non abbia segnalato la necessità di **individuare e selezionare** aziende più pronte ad **investire** con loro sui rispettivi **mercati**.

> *"Oggi non siamo più alla ricerca solo di ottimi vini, ma di aziende capaci di presidiare insieme a noi i nostri mercati"*

Questo, in estrema sintesi, **il denominatore comune dei commenti dei buyer intervistati**.

Come pure va sottolineato che la forte presenza di **stand istituzionali** ha consentito la partecipazione a Vinexpo Paris anche di **molte piccole aziende italiane**.

Una buona notizia questa, ma che non sempre però corrisponde alla capacità di alcune di esse di arrivare **preparate in fiera**.

Eloquente, a questo riguardo, il commento di un noto produttore veronese, visitatore ma non espositore in fiera: "Per me non è un problema Parigi o Düsseldorf, ma la mia capacità di **organizzare** al meglio la mia presenza in fiera. Prima di decidere se partecipare a Vinexpo Paris ho chiamato i miei importatori per capire se sarebbero stati presenti. Ho provato poi a sondare buyer di altri mercati dove non sono presente per comprendere se fosse stato possibile prendere un **appuntamento** in fiera con loro. Il risultato di questo mio sondaggio non è stato sufficiente per giustificare una mia presenza come espositore in fiera, visti anche i costi, e pertanto ho deciso di venire solo come **visitatore**. Per il prossimo anno vedremo, magari mi muoverò prima e meglio".

Insomma, l’avremo ormai scritto in centinaia di articoli le **responsabilità organizzative** di una fiera contano ma non sono da meno le **responsabilità dell’azienda** di arrivare ad una manifestazione fieristica b2b **preparata**, con una adeguata **agenda di appuntamenti**.

Ci sono regole che non mutano a prescindere dall’epoca storica e oggi molte aziende del vino italiane sono davanti a domande che non possono essere più eluse:

- **Sono in grado di diventare concretamente un’impresa internazionale?**
- **Ho le risorse umane ed economiche per farcela?**
- **Ho una strategia precisa?**

Se la risposta a queste domande è sì, penso che per queste imprese non ci sarà mai la difficoltà di scegliere Verona, Düsseldorf o Parigi.