Wine Paris 2° giorno: il mercato del vino visto dal mondo

scritto da Fabio Piccoli | 11 Febbraio 2025



Wine Paris 2025 conferma la crescente competitività del mercato vinicolo globale. Con oltre 5.300 espositori, la fiera evidenzia le sfide per le aziende italiane, tra strategie di export e selezione dei buyer. La crescita delle fiere va valutata con attenzione, evitando il rischio di sovraffollamento senza adeguata domanda commerciale.

Fiere internazionali come Wine Paris offrono l'occasione per comprendere concretamente lo scenario competitivo del vino a livello mondiale. E quello che abbiamo visto in questi primi due giorni a Parigi fa decisamente effetto perché di fatto

sono presenti tutti i principali attori della vitivinicoltura a livello mondiale, compresi ovviamente anche i nostri brand italiani.

Le **oltre 5.300 imprese presenti a Wine Paris**, in un contesto di mercato complesso come quello attuale, ti fanno capire senza troppi veli di quanto oggi sia difficile vendere vino nel mondo. Ti fanno capire come non sia più minimamente immaginabile **affrontare i mercati esteri senza avere le caratteristiche adeguate per farlo**, dal prodotto alle risorse umane, passando per un'accuratissima gestione economico-finanziaria e da un'efficace strategia di marketing e comunicazione.

Impossibile sapere quante delle 5.300 imprese presenti a Wine Paris, a partire dalle 1.200 italiane, siano dotate di una **strutturazione adeguata per essere competitive sui mercati**, ma dalla nostra seppur superficiale e non esaustiva indagine tra gli espositori potremmo affermare che **almeno un 30% dei presenti forse avrebbero fatto meglio a rimanere a casa**.

Sì, lo so che messa così appare la solita facile accusa di scarsa professionalità da parte di alcune imprese del nostro sistema vitivinicolo; ma oggi la posta in palio è elevatissima e non possiamo continuare a dirci quanto siamo bravi senza però poi individuare nuove vie per rimanere o diventare competitivi.

E questa riflessione, sia ben chiaro, riguarda tutti coloro, compresi anche noi media che ci occupiamo di vino a vari livelli, che siamo chiamati a un inevitabile salto di qualità, dalla definizione di nuovi modelli di sviluppo.

E questo vale anche per le Fiere del vino, chiaramente, che devono sempre di più provare a non limitarsi a vendere spazi ma ad individuare nuovi modelli di avvicinamento tra domanda e offerta.

A proposito di Fiere, pertanto, non vorrei apparire drastico

ma **anche la vertiginosa crescita di Wine Paris deve essere valutata con attenzione e obiettività**.

Dal mio punto di vista, per esempio, **ci si dovrebbe chiedere quanti sono oggettivamente i produttori che si possono ospitare in Fiera** coerentemente al numero e al profilo dei buyer che saranno presenti.

I numeri non sono ancora definitivi ma alcune cose siamo riusciti a carpirle: i pur bravi organizzatori di Wine Paris sono riusciti a portare alla loro manifestazione circa **20 mila buyer realmente tali** e cioè importatori tra piccoli, medi e grandi che hanno un profilo pertanto oggettivamente utile ai fini di rappresentare interlocutori interessanti per le imprese.
Pur importanti, non possiamo considerare determinanti figure del trade come ristoratori, sommelier, wine manager e anche noi media o i cosiddetti opinion leader.

Se questi numeri rispondono al vero, e chiunque conosca il panorama dei buyer reali del vino a livello mondiale sa che non mi sto sbagliando di molto: **è evidente che già 5.300 espositori sono tantissimi**. E se l'Italia del vino è presente a Parigi in questi giorni con quasi 1.200 espositori, io mi auguro, per il bene delle nostre imprese e per lo sviluppo del loro business, che non crescano ulteriormente nelle prossime edizioni.

Mi rendo conto che probabilmente questo non fa piacere ad un ente organizzatore ma **dobbiamo essere realistici** e la stessa crisi del Prowein non risiede solo nella crescita dei prezzi degli hotel o negli scioperi dei mezzi pubblici (sicuramente questo non ha aiutato) ma soprattutto di una crescita esponenziale degli espositori che alla fine non corrispondeva più con il target di buyer e operatori intercettatile dalla fiera.

Ma sfido qualsiasi ente fieristico al mondo di essere oggi in

grado di essere efficace e soddisfare quasi 7.000 espositori raggiunti in alcune edizione passate di Prowein.

Non perderti le altre news da Parigi:

- *Le grandi aspettative (forse troppe) italiane per Wine Paris 2025*
- *Primo giorno di Wine Paris 2025 tra entusiasmo e dubbi*

Punti chiave

- **Wine Paris 2025 ospita 5.300 espositori**, tra cui 1.200 italiani, in un mercato sempre più competitivo.
- **Solo 20.000 buyer realmente operativi** rendono critica la sostenibilità di un numero così alto di espositori.
- **Il rischio di sovraffollamento fieristico** potrebbe ridurre l'efficacia delle fiere per le aziende vinicole.
- **Le imprese devono strutturarsi c**on strategie vincenti per affrontare il mercato globale.
- **Anche le fiere devono innovarsi**, andando oltre la semplice vendita di spazi espositivi.