Cosa conta di più nelle fiere domestiche? Parlano le aziende

scritto da Claudia Meo | 4 Dicembre 2024

Dalla nostra recente survey tra centinaia di cantine partecipanti a fiere domestiche emerge l'importanza di alcuni servizi legati agli eventi e si evidenziano aspetti importanti per ottenere un migliore ritorno dalla partecipazione agli eventi fieristici: organizzazione, selezione dei visitatori e comunicazione.

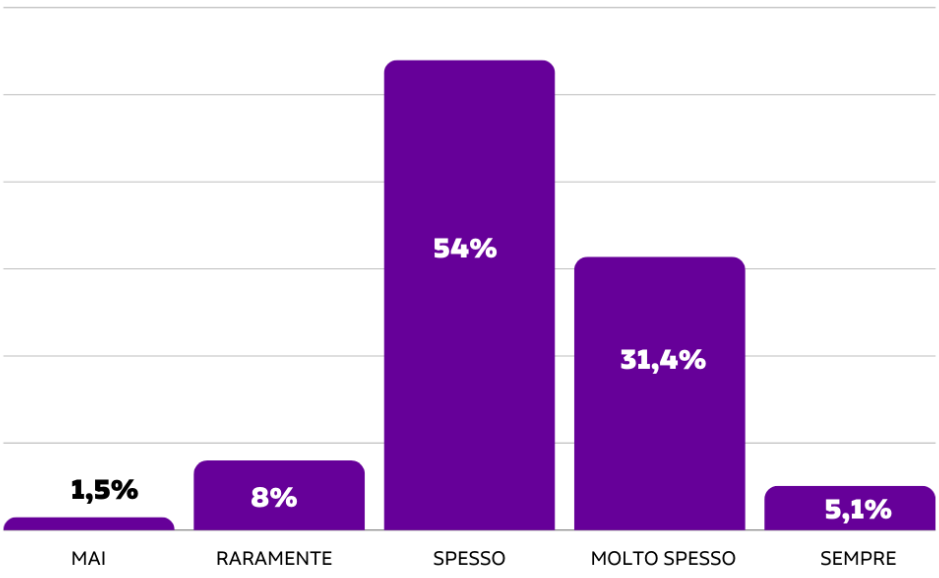
In precedenti articoli dedicati alle fiere abbiamo approfondito gli obiettivi per cui le aziende partecipano alle fiere domestiche e sottolineato le ragioni per cui la partecipazione a questo tipo di fiera rappresenta una grande opportunità per le aziende del vino: una percentuale aggregata di oltre l'80% delle aziende esprime infatti, nei confronti

delle fiere minori, un livello di soddisfazione tra il medio e il completo.

Prosegue oggi l'analisi degli aspetti emersi dalla survey, con un focus rivolto ai **servizi offerti in fiera** e agli aspetti che, a giudizio delle aziende, risultano **migliorabili**. Ricordiamo che l'oggetto dell'indagine è diretto a fiere nazionali o locali, diverse quindi da Vinitaly, Prowein, Vinexpo e altre fiere internazionali.

Con che frequenza le fiere minori offrono servizi di comunicazione ?

Dalle risposte delle cantine incluse nel campione emerge, per oltre il 90%, che le fiere "minori" offrono alle aziende partecipanti spesso, molto spesso o sempre servizi di comunicazione; per il 10% del campione, le fiere minori non propongono mai, oppure raramente, servizi di comunicazione.



Sull'assunto che l'accessibilità a un

ev
en
to
fi
er
is
ti
co
si
a
fo
rt
em
en
te
in
fl
ue
nz
at
a
da
ll
e
in
fr
as
tr
ut
tu
re
al
le
st
it
e
in

occasione della fiera, abbiamo posto alle aziende alcuni quesiti specifici:

Quanto è importante il servizio territoriale di potenziamento del trasporto pubblico a favore dei visitatori?

Una percentuale complessiva del 76% delle aziende attesta che il rafforzamento dei trasporti pubblici nelle giornate di fiera è importante o molto importante. Il 20% attesta che è estremamente importante mentre circa il 4% dichiara che è poco o per nulla importante.

Quanto è importante l’offerta di sistemazioni alberghiere a condizioni vantaggiose per i visitatori?

Per l’80% del campione è estremamente o molto importante che gli organizzatori delle fiere chiudano accordi con gli operatori locali per permettere pernottamenti a condizioni favorevoli; per il 16% è abbastanza importante, mentre per il 4% è per nulla o poco importante.

Quanto è importante l’organizzazione di eventi “fuori salone”

Per un aggregato che rappresenta il 66% del campione l’organizzazione di eventi a latere della fiera è tra l’abbastanza importante e l’estremamente importante, per il 34% complessivo è poco importante o per nulla importante.

Dai dati sopra presentati emerge un quadro differenziato, dal quale si può tuttavia desumere che le imprese danno molta importanza ai servizi collaterali alle fiere.

Quali servizi dovrebbero essere

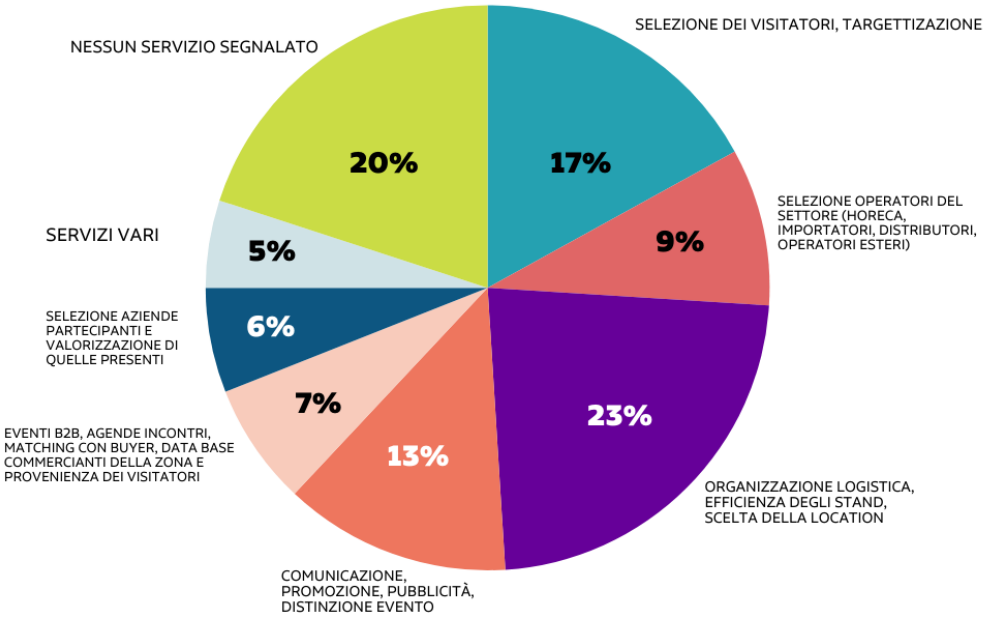
garantiti dagli organizzatori di una fiera domestica?

Abbiamo voluto approfondire l'aspetto dei servizi con una domanda qualitativa, per comprendere quali servizi, tra quelli non forniti in fiera, sono ritenuti dalle aziende più rilevanti. La risposta delle aziende è stata di tipo estensivo, includendo, tra tali servizi, anche le aree da migliorare. Ne risulta un quadro molto utile su ciò che le aziende si aspettano nell'organizzazione e nella gestione di una fiera domestica.

Il 20% delle aziende interpellate non si esprime sui servizi da garantire oppure ritiene che non ci siano servizi da migliorare.

L'**organizzazione logistica e l'efficienza degli stand** emergono, con il 23% delle risposte, come i fattori più importanti tra quelli da garantire.

Il 17% delle risposte indica che le fi



er
e
do
vr
eb
be
ro
mi
gl
io
ra
re
la
se
le
zi
on
e
de
i
vi
si
ta
to
ri
,
po
ne
nd
o
in
es
se
re
at
ti
vi

tà
di
ta
rg
et
ti
za
zi
on
e,
an
ch
e
ut
il
iz
za
nd
o
la
le
va
pr
ez
zo
;
pe
r
il
9%
le
az
ie
nd
e
ri
te

ng
on
o
ch
e
le
fi
er
e
do
vr
eb
be
ro
mi
gl
io
ra
re
la
se
le
zi
on
e
de
gl
i
op
er
at
or
i
de
l
se
tt

or
e,
tr
a
ho
re
ca
,
im
po
rt
at
or
i,
di
st
ri
bu
to
ri
,
op
er
at
or
i
es
te
ri
;
co
mp
le
ss
iv
am
en

te
,
qu
in
di
,
pe
r
il
26
%
de
l
ca
mp
io
ne
è
mi
gl
io
ra
bi
le
la
se
le
zi
on
e
de
l
pu
bb
li
co
de

i
vi
si
ta
to
ri
.

Per il 13% sono determinanti i servizi di comunicazione, di promozione, di pubblicità mirata per l’evento, e la capacità di attrarre e distinguersi rispetto a manifestazioni simili.

Il 7% del campione evidenzia l’importanza di garantire servizi di organizzazione B2B, con allestimento di aree apposite, creazione di piattaforme per agende di incontri, matching con buyer, fornitura di data base di commercianti della zona, e dettagli sulla provenienza dei visitatori.

Il 6% chiede una migliore selezione delle aziende partecipanti e attività che valorizzino meglio le cantine presenti. Un aggregato 5% segnala l’opportunità di inserire servizi diversi, che vanno dalla creazione di laboratori, di tasting room, all’allestimento di shop per la vendita dei vini, fino alla facilitazione dell’alloggio per gli espositori ed altro.

Punti chiave

1. Importanza dei servizi nelle fiere nazionali del vino: le aziende danno molto peso ai servizi collaterali alle fiere
2. L’organizzazione è l’aspetto più importante nelle fiere domestiche: l’efficienza nella gestione dello stand e la corretta organizzazione logistica sono essenziali per le aziende
3. Selezione dei visitatori: la corretta targettizzazione è fondamentale per il successo di una fiera