Fiere

scritto da Emanuele Fiorio | 24 Marzo 2021



L'ultimo anno ha cambiato totalmente il modo in cui si fanno affari nel mondo del vino, decine di fiere internazionali sono state cancellate o posticipate. Alcuni organizzatori hanno scelto di chiudere i battenti e tentare di resistere alla tempesta, mentre altri si sono spinti in una nuova era digitale, trasformando la loro offerta in modo che potesse essere fruita interamente da remoto.

Entrambi gli approcci hanno i loro pregi, si è parlato molto di un futuro in cui **gli eventi saranno "ibridi", digitali ed in presenza.**

La **direttrice della** London Wine Fair**, Hannah Tovey** ha espresso la sua opinione riguardo all'evoluzione delle fiere, sottolinenando che la pandemia contribuirà ad una "polarizzazione" delle fiere commerciali, dato che gli

organizzatori si adatteranno ad eventi più piccoli e su misura.

Inoltre, secondo Tovey, le priorità delle persone sono cambiate ed **i viaggi internazionali sono meno cruciali** per fare business: "Penso che le persone rivaluteranno il modo in cui ottimizzano il loro tempo. Ci aspettiamo una certa polarizzazione per quanto riguarda i saloni del vino e degli alcolici. Saranno organizzati un **maggior numero di piccoli eventi, su misura,** accanto a grandi eventi come la London Wine Fair. Ci saranno meno eventi di medie dimensioni e penso che a breve termine, ci sarà anche meno domanda per i grandi eventi internazionali".

Tovey aggiunge: "Le persone saranno molto più consapevoli di come spostarsi, **viaggeranno meno ma in modo più significativo**. Un evento di tre giorni che può essere sfruttato per sviluppare un buon numero di affari, sarà visto come un buon investimento di tempo e denaro".

Per il 2021 The London Wine Fair è passata completamente al digitale dopo che l'edizione del 2020 è stata rinviata. Il team ha lavorato duramente per ricreare il fermento della fiera di Londra riproducendo online le sue caratteristiche peculiari, con la divisione nelle tipiche aree della fiera: Main Floor, Esoterica, Wines Unearthed e The Discovery Zone. I contenuti saranno gestiti come se si trattasse di un evento dal vivo con Industry Briefings, Tasting Masterclasses, incontri in stile TED e tutorial WSET trasmessi in streaming dal vivo.

Gli eventi ibridi ci spingeranno a diventare "fisitali"
Vinexpo, dopo la cancellazione di Vinexpo Shanghai, ha adottato un approccio simile con il lancio in ottobre della propria piattaforma digitale, Vinexposium.Connect.
In futuro, sarà utilizzata per integrare tutti gli show dal vivo, per descrivere l'approccio in corso il **CEO Rodolphe Lameyse** ha coniato il neologismo "physital".

“Al momento, stiamo investendo nello sviluppo della connettività per fornire un vero elemento di business e per permettere a qualsiasi viticoltore o produttore di entrare in contatto con qualsiasi acquirente o amante del vino sulla stessa piattaforma”, ha evidenziato Lameyse.

“L’idea non è una rivoluzione in sé, ma l’ambizione è quella di unire la potenza del brand Vinexpo con il nostro database e aggregare questo binomio nella nostra piattaforma dove gli operatori potranno discutere, fare rete, promuovere e imparare con lo scopo di fare business”.

È chiaro che l’elemento digitale di Vinexpo continuerà a migliorare e a diventare più performante anche dopo la pandemia. Non sarà legato ai singoli eventi ma fornirà una piattaforma per collegare il commercio durante tutto l’anno, attraverso tutti i suoi shows internazionali.

Le fiere saranno un mix di “testa e cuore”
“Una fiera è un mix di testa e cuore. La testa è dedicata al business che può essere sviluppato online. Ma il cuore non si può sostituire. Senza il cuore non si può fare nessun business in questo settore”.

Tovey ritiene che il bisogno umano di interagire “non stia andando via” e che i grandi eventi focalizzati sul business saranno “essenziali” dopo la pandemia. **Il digitale non sostituirà mai completamente un evento dal vivo** ma fornirà una “funzione aggiuntiva” molto utile.

“Il mondo sarà un posto molto diverso nel 2022. Mentre celebreremo il ritorno alla normalità con gli eventi dal vivo, il digitale che abbiamo vissuto negli ultimi 12 mesi rimarrà, in una certa misura. **Il digitale** aggiunge valore reale ad un evento, specialmente per i visitatori internazionali e i produttori di vino che non possono viaggiare. **Garantisce anche longevità**, grazie al fatto che i contenuti rimangono online per tre mesi”.

Il digitale rappresenterà il 10% delle entrate di Vinexpo entro il 2022

Lameyse si aspetta che il **digitale di Vinexpo rappresenti circa il 10% delle entrate entro il 2022**.

“Negli ultimi 15 anni abbiamo parlato di come possiamo creare spazio per il digitale. Non siamo mai stati in grado di rompere lo schema e capire come posizionarci. Ora con la pandemia, siamo costretti a farlo”.

Al momento, Vinexpo è stato organizzato per ospitare Vinexpo Paris a giugno, in questo caso sarebbe uno dei primi saloni a tornare alla modalità in presenza. Lameyse prevede di prendere una decisione in merito alla fine di questo mese.

“Il nostro settore sta soffrendo e gli organizzatori di fiere stanno annaspando, ma sono convinto che una volta che questa crisi sarà terminata, avremo un futuro luminoso. Ci saranno un sacco di opportunità e questo porterà ad un cambiamento radicale se lo sfruttiamo nel miglior modo. Sarò entusiasta di essere presente in quel momento”.