

Fiere del vino online: traguardo o capolinea?

scritto da Emanuele Fiorio | 24 Ottobre 2020



In Cina l'approvvigionamento di vino è stato colpito pesantemente. In primavera, a causa della pandemia di Covid-19, è stato annunciato il rinvio ufficiale della più grande fiera del vino in Cina, la CFDF (China Food & Drinks Fair) a Chengdu. La fiera attira oltre 150.000 visitatori ogni anno e genera circa 20 miliardi di RMB (3,17 miliardi di dollari) di vendite.

La maggior parte degli operatori del settore non ha affrontato la gravità delle ripercussioni che questa decisione ha avuto sull'industria. Con l'aggravarsi della situazione, un secondo rinvio è stato annunciato in seguito ed infine è arrivato l'annullamento definitivo della fiera.

Nel frattempo, i casi di Covid-19 in Europa ed in America sono saliti rapidamente. Alcuni paesi europei hanno chiuso le frontiere, il movimento interno/internazionale è stato limitato e tutti nel commercio del vino si sono fatti prendere

dal panico.

Di conseguenza, come riportato da Vino Joy News, gli incontri diretti tra i produttori di vino, i buyers o i loro intermediari sono stati sconvolti dalla pandemia. Un grave problema dato che **tradizionalmente la maggior parte delle vendite annuali di vino venivano effettuate durante le fiere fisiche.**

Alcuni organizzatori di fiere ed eventi hanno cercato di lanciare nuovi modelli online. Due modelli potrebbero essere adatti al mercato, con o senza degustazioni di vino.

Modello 1: Meeting virtuale B2B

Gli incontri online si svolgono tra produttori internazionali di vino e buyers. Dato che questi incontri avvengono senza degustazione di vini, in principio c'erano delle preoccupazioni ma la degustazione è solo una parte del processo di selezione dei vini e non è indispensabile.

Il fatto che i produttori possano incontrare buyers provenienti da diverse paesi è un vantaggio. Altre importanti prerogative degli eventi online sono l'economicità e l'efficienza. Rispetto agli eventi in loco, il costo è molto più basso, si azzerano le spese di volo, alloggio e la quota di partecipazione è inferiore. Inoltre, l'organizzazione non richiede molto tempo e la frequenza può essere molto più alta.

Modello 2: Meeting virtuale B2B con degustazione vini

Molti pensano che la degustazione del vino occupi una parte enorme nel processo di selezione dei vini, ma ci sono alcuni punti deboli di questo modello.

Innanzitutto possiamo organizzarla in un solo luogo e se ci sono restrizioni, l'evento rischia di essere annullato. Inoltre il costo potrebbe essere elevato, in quanto ci sono le spese per la location, la gestione dei campioni, i servizi per il vino, per citarne solo alcuni.

Anche la formazione e i seminari si sono spostati online a causa della pandemia. Ciò che fa paura non è solo la pandemia in sé, ma l'abitudine che abbiamo sviluppato a convivere con

questa anomalia.

La domanda che si pone il comparto è se, dopo la pandemia di Covid-19, gli operatori dell'industria vinicola saranno interessati a partecipare alle fiere/eventi fisici come in passato.

Nessuno può prevedere la situazione futura, abbiamo già avuto diverse sorprese inaspettate quest'anno. Reagire rapidamente in base al mutare delle contingenze è l'unico modo per sopravvivere nel settore.