

Il futuro delle fiere vitivinicole

scritto da Matilde Anghinoni | 5 Marzo 2021



Come riportato da Aefi (Associazione Esposizioni e Fiere Italiane) ogni anno, **durante le fiere, vengono conclusi affari per 60 miliardi di euro**. Inoltre, il 50% dell'export italiano si origina proprio grazie alle conoscenze acquisite durante le esposizioni. Il 75% delle aziende le ritiene fondamentali per lo sviluppo e per la creazione di partnerships internazionali.

Le fiere, inoltre, non sono “solamente” luogo di incontro tra domanda e offerta, sono anche hub intorno ai quali si sviluppano attività economiche. La crisi causata dalla pandemia ha infatti impattato fortemente su tutte le realtà che ruotano intorno alle esposizioni internazionali.

Quindi, data l'importanza del settore fieristico sulle economie nazionali e internazionali, [Wine Future 2021](#) ha

organizzato una conferenza completamente incentrata sul futuro delle fiere, alla quale hanno partecipato ospiti quali Stevie Kim, managing director di Vinitaly International, Rodolphe Lameyse, ceo Vinexposium e Bastian Mingers, project director ProWein per Messe Dusseldorf.

Per il momento persistono ancora alcune **incertezze sulla ripartenza a pieno regime del settore**. Queste, ovviamente, sono anche legate alla geolocalizzazione degli eventi e quindi allo sviluppo o all'attenuazione della pandemia. Se da un lato ProWein ha scelto di rimandare gli eventi a giugno 2022, dall'altro l'incognita ricade ancora per le fiere Vinitaly e Vinexposium di giugno.

Ad ogni modo, il futuro del settore sarà costellato di cambiamenti. Rodolphe Lameyse, ad esempio, **non si aspetta una grande affluenza statunitense e asiatica a giugno 2021**. "Le persone preferiranno viaggiare vicino a casa, e questa situazione rimarrà fino al 2022" afferma, "per questo motivo sarà quindi importante organizzare fiere negli Stati Uniti e in Asia per avvicinare produttori e buyer". Un'altra strategia vincente potrebbe essere un ancora maggiore focus su mercati specifici attraverso la creazione di fiere più piccole ma di nicchia, manovra già effettuata dai grandi player di mercato.

A causa della pandemia tutte le realtà sono state obbligate ad avvicinarsi al mondo virtuale. **I digital tool, però, rimarranno anche negli anni post covid-19**. In particolare, nel settore fieristico saranno utili per la creazione e soprattutto il mantenimento delle relazioni. Il concreto compimento delle fiere avviene pochi giorni l'anno, una delle sfide da affrontare, indipendentemente dal periodo storico, concerne quindi il resto dell'anno. Bastian Minger, ad esempio, si è posto l'obiettivo di sviluppare ProWein per farlo diventare un vero "contenitore e fornitore di contenuti" in grado di aggregare; un servizio disponibile 365 giorni l'anno per il settore vitivinicolo, ricco di report e strumenti di approfondimento. "Quando qualcuno vorrà cercare

informazioni in tema vino, non lo farà più su Google ma su ProWein", questo il fine ultimo della strategia di Minger.

Il potenziale che ha il mondo digital, però, non sarà sufficiente. La generale volontà di riavvicinarsi, e la conseguente necessità di meeting faccia a faccia, si sono palesati nella grande affluenza che ha avuto ProWein China 2020. **"Il puro business avrà sempre la necessità di trovare un equilibrio con le relazioni umane"**, afferma Lameyse.

Per fare fronte alla situazione e prepararsi al futuro delle fiere, Vinexposium e Vinitaly stanno lavorando nella creazione di un corridoio che colleghi le due realtà, in modo tale da favorire l'affluenze in entrambe le fiere. **"Non si tratta di dividere una torta in diverse fette e distribuirle; si tratta, al contrario, di unirsi per moltiplicare i profitti"**, così Stevie Kim describe l'obiettivo della collaborazione tra le due esposizioni.