

Mercato FIVI: acquista per ricordare!

scritto da Fabio Tavazzani | 3 Dicembre 2019



Anche quest'anno, il mercato dei vini della Fivi a Piacenza ha stabilito nuovi record: 626 vignaioli coinvolti, 22.500 visitatori, interesse e vendite in continua crescita, anno su anno. Un fenomeno importante per gli operatori, ma anche un preciso segnale del gradimento del pubblico per un evento unico, con una "ricetta" di successo che funziona e che ci propone valide indicazioni per comprendere le esigenze dei consumatori italiani ed interpretare le future dinamiche della vendita e del mercato. Per condurre l'analisi che desideriamo proporvi ci siamo avvalsi del contributo di Matilde Poggi, Presidente Fivi, abbiamo intervistato parecchi vignaioli ma, soprattutto, abbiamo osservato i comportamenti dei visitatori che sono un vero e proprio giacimento di indicazioni per

individuare quello che succede oggi e le tendenze del futuro.

Dalla nostra osservazione sono emersi tanti visitatori, tante famiglie, tanti carrelli della spesa pieni all'inverosimile, tanti che assaggiano, pochi che "sbevazzano", tanti giovani e tanti sulla cinquantina, attenzione ai brand più celebrati ed interesse per i marchi meno noti, attrazione per i vini bio ma nessuna preclusione per i vini convenzionali e nessuna focalizzazione regionale dell'interesse. Ma quello che ci ha davvero colpito è stato vedere tante coppie, munite di tradizionale carrello della spesa ed elenco dei produttori, che analizzano insieme come organizzare il percorso delle visite e gli acquisti dibattendosi fra il piacere di tornare a trovare produttori già conosciuti ed il desiderio d'incontrarne di nuovi capaci di offrire nuovi stimoli, nuove esperienze, nuovi sapori e nuove relazioni.

Segnali chiari: pochi pregiudizi, tanta curiosità, gente di tutti i tipi perché il vino è una passione che si condivide, è relazione, conoscenza ma è anche qualcosa da portare a casa, da rivivere insieme. Insomma, una cosa è certa: il messaggio che questa non è una fiera, ma un Mercato è arrivato a tutti.

Al Mercato Fivi di Piacenza, i consumatori incontrano e conoscono i produttori, ottengono informazioni dirette, assaggiano i vini e, soprattutto, li acquistano. A nostro avviso, è proprio l'acquisto l'elemento determinante che "chiude il cerchio", rende concreto il rapporto e spiega il successo di questa iniziativa. Bello conoscere i vignaioli, perfette le dissertazioni su rese in vigna e processi di vinificazione, fantastico poter degustare centinaia di vini diversi ma presto la giornata finisce e dopo qualche settimana l'esperienza si allontana fino a perdersi tra i ricordi lontani. Con l'acquisto l'esperienza continua, il consumatore porta a casa la bottiglia, la condivide con amici, racconta le proprie emozioni, rivive l'incontro con il vignaiolo, racconta la sua esperienza agli amici, commenta il prezzo e, spesso, si prende qualche appunto per organizzare gli acquisti del prossimo anno. La sua esperienza di vita al Mercato Fivi di Piacenza si rinnova ad ogni bottiglia, il gusto ed i profumi ritornano a vivere e le figure dei produttori riemergono dai ricordi in un viaggio della mente che prosegue fino al Mercato dell'anno seguente e consente di ripercorrere l'Italia a tappe, da nord a sud, da est ad ovest, attraverso

denominazioni, interpretazioni, terreni ed umanità con espressioni ed idee tanto diverse quanto coinvolgenti. Cambia il mondo: un tempo si diceva “bevi per dimenticare”, oggi potremmo coniare un ben più sano “acquista per ricordare”!

Certo, ci sono altri fattori che hanno contribuito al successo di questa manifestazione, come l'incredibile varietà di vini, territori ed interpretazioni, l'identificazione di una sede logisticamente privilegiata, raggiungibile in poco più di mezz'ora da Milano ed in grado di coinvolgere i numerosi consumatori delle province limitrofe, la scelta vincente di un periodo ideale per acquistare omaggi natalizi per amici e parenti oppure per gratificare la propria passione. Ma il fenomeno che riteniamo più interessante è quello legato alla vertiginosa crescita vendite che si concludono durante la mostra mercato. Un incremento sostanziale che non è solo il risultato dell'aumento del numero dei produttori e visitatori ma si spiega con una grande crescita delle vendite del singolo vignaiolo ed indica chiaramente una propensione crescente all'acquisto da parte dei visitatori che desiderano continuare a disporre dei vini che hanno gradito negli anni passati ma sono anche animati dal desiderio di fare nuove scoperte, a livello di relazione e gusto.

In definitiva, qual è il messaggio che dobbiamo accogliere? Il consumatore cresce in preparazione e consapevolezza, vuole capire e conoscere vini e territori, vuole scoprire l'uomo che c'è dietro la bottiglia e ricerca occasioni d'incontro e relazione per trasformarle in acquisti e riacquisti. Meglio quando il produttore raggiunge il consumatore ma la visita in cantina rimane un'opportunità importante per coinvolgere i più curiosi. Ancora una volta, si conferma l'importanza crescente del canale di vendita diretta soprattutto quando non rappresenta un sistema per inibire i tradizionali canali di distribuzione ma uno strumento per trasferire conoscenza e dare valore, identità, riconoscibilità alla nostra straordinaria offerta enologica, a vantaggio dell'intera filiera.