

Prowein 2019 una fiera didattica

scritto da Fabio Piccoli | 20 Marzo 2019



Eccoci all'aeroporto di Düsseldorf dopo una tre giorni intensa al ProWein. Scriviamo a caldo le nostre impressioni coscienti che solo dopo qualche giorno, magari qualche settimana, si è più in grado di analisi maggiormente dettagliate e profonde. La prima impressione è una conferma e cioè che il ProWein rappresenta la più importante "piazza" commerciale del vino nel mondo.

Lo testimoniano prima di tutto gli oltre 7.000 espositori provenienti da più di 60 Paesi. Un numero impressionante e, almeno stando alle parole degli organizzatori, il futuro sarà ancor più "numerioso" con la realizzazione per il 2021 di un altro padiglione. Vi è, infatti, una lista d'attesa ancora molto lunga che gli organizzatori del ProWein vogliono soddisfare.

Come già abbiamo scritto a commento delle ultime edizioni i

grandi numeri di Prowein determinano anche una serie di problematiche a partire da quelle logistiche e quelle della connettività.

Ormai pensiamo di interpretare anche il pensiero di gran parte degli espositori affermando che è finita da tempo l'epoca in cui si diceva: "Al Prowein tutto funziona al meglio, altro che Vinitaly". Anzi, non vogliamo essere partigiani ma dal punto di vista "logistico" sono forse stati di più gli sforzi degli organizzatori veronesi in questi ultimi anni rispetto agli amici tedeschi.

Di fatto solo adesso che siamo all'aeroporto il nostro smartphone ha ripreso a ricevere whatsapp e mail. In fiera se non avevi programmato bene i tuoi appuntamenti eri letteralmente perso.

E riguardo agli appuntamenti viene una seconda doverosa osservazione. Prowein si conferma, qualora vi fosse ancora qualche dubbio, una fiera dove l'agenda appuntamenti deve essere rigorosamente preparata e completata prima di entrare in fiera. Ormai la probabilità che qualche appuntamento non previsto si realizzi è vicina allo zero. È più facile vincere al superenalotto.

Questa riflessione porta ad un'altra inevitabile considerazione: tra le oltre 1.700 aziende italiane presenti, a nostro modesto parere, ve ne sono ancora troppe non preparate per questo evento. Capiamo l'attrattività del Prowein ma arrivare a Düsseldorf con un'agenda semivuota è un azzardo pericoloso. Sentire ancora quest'anno qualche azienda lamentarsi di aver incontrato pochi buyer è sintomo di qualcosa che non funziona e non pensiamo che la responsabilità vada ricercata tra gli organizzatori.

Se dovessimo dare responsabilità a chi organizza Prowein è fargli riflettere, sappiamo che non è facile, che più espositori accetteranno più problematiche nasceranno anche perché se l'obiettivo, giustamente, è quello di avere visitatori altamente profilati i numeri saranno giustamente e inevitabilmente sempre ridotti.

Sul fronte visitatori, anche se il numero ufficiale non è

stato ancora diffuso, si parla di circa 60.000 presenze, forse qualcosa di meno rispetto alle ultime edizioni. Il calo, almeno dai rumors raccolti, sembra da ascrivere a una minor presenza proprio dei buyer tedeschi impegnati a recuperare quote sul proprio mercato al momento non proprio al massimo.

Buone comunque le presenze di buyer nordamericani (in particolare dal Canada presente anche con i rappresentanti dei monopoli al completo) e, in generale di tutta l'Europa, da quella del nord e ampia quella dell'est europeo, sempre più dinamica.

Concludendo questa prima parte di osservazioni ci verrebbe da fare un'ultima annotazione, anche questa un leitmotiv dei nostri commenti a queste ultime edizioni del Prowein.

Non vogliamo assolutamente essere provocatori ma stimolare una riflessione serena: una fiera come il Prowein non si presta ad azioni di comunicazione "educativa". Le degustazioni, infatti, sono in gran parte poco e "mal" frequentate. Il Prowein è una manifestazione dedicata in gran parte, se non del tutto, al business. Le aree maggiormente frequentate sono quelle o degli importatori che presentano i loro clienti o delle collettive "eterogenee".

Sono due aspetti, quest'ultimi, che portano a fare una riflessione: ha ancora senso una presenza "consortile" o "regionale"? Siamo perfettamente consci che queste entità consentono la partecipazione, quasi sempre, di piccole e medie realtà produttive a costi più sostenibili. Ma questo significa anche creare aree ad alta concorrenza interna. Noi propendiamo per la costruzione di collettive tra produttori di territori complementari, meglio se con identità e filosofie produttive coerenti. Ma questa è una nostra modestissima opinione che sottoponiamo ai nostri lettori.

E veniamo alla parte finale dei nostri commenti a Prowein 2019. È una fiera che chiunque abbia a che fare con il mondo del vino non può disertare, almeno ogni due anni, perché è il luogo ideale per capire come si è evoluto e si sta evolvendo il settore vitivinicolo a livello internazionale.

Si tratta, insomma, di una fiera anche dal forte valore

didattico che a noi insegna ogni volta molte cose.

La prima che i competitor non solo stanno crescendo in termini numerici ma anche sul fronte dell'identità produttiva. Qui i commenti sarebbero tantissimi e noi ci limitiamo a sintetizzarli in un tema che ci sta particolarmente a cuore: la produzione vitivinicola a livello mondiale è sempre più orientata alle espressioni territoriali, anche quella del nuovo mondo che fino ad alcuni anni fa sembrava solo "stilistica" e "standardizzata". A questo proposito facciamo solo un esempio, la Nuova Zelanda. Chi ha avuto la fortuna di degustare non solo i "noti" Sauvignon di questo Paese ma anche i Pinot Grigio, ebbene sì, si è reso conto di cosa significa marcare con l'impronta del territorio vini cosiddetti ubiquitari.

Ci ha fatto effetto, su questo fronte, vedere come per certi aspetti l'Italia oggi si allontani dai territori di origine, spesso con vini più "costruiti" e altri Paesi produttori si stiano invece sempre più "territorializzando".

Vorrà dire qualcosa?