

Prowein benvenuto nella normalità

scritto da Fabio Piccoli | 21 Marzo 2017



E' da un po' di anni che evidenziamo nei nostri articoli a commento del Prowein che la sua vertiginosa crescita di espositori, ma anche inevitabilmente di visitatori, stava condizionando non poco pure alcuni aspetti logistici e organizzativi.

Vi è come una conseguenza inevitabile alle fiere di successo. E cioè che con esso arrivano problemi legati al traffico, alle connessioni telefoniche e wifi, ma anche sui profili dei visitatori.

Fino a quando si doveva "accontentare" un numero di espositori "umano" sicuramente la tradizionalmente perfetta organizzazione tedesca riusciva a farne fronte con maestria e, soprattutto agli occhi di noi italiani, dal confronto con il nostro Vinitaly uscivamo su questi aspetti sempre perdenti.

La grande crescita del Prowein ci restituisce invece una

manifestazione, fateci passare questo termine, dal volto umano. Lo sanno bene anche quei tanti espositori che non potendosi permettere (i prezzi degli hotel crescono di anno in anno anche nell'austera Dusseldorf) di rimanere nelle vicinanze della Fiera o lungo la perfetta linea di metropolitana, si devono sobbarcare anche ore di coda (è successo ieri da chi proveniva dalla vicina Colonia) per giungere alla manifestazione.

La stessa profilazione dei visitatori in qualche misura inevitabilmente rischia di essere condizionata da questa grande evoluzione di una manifestazione. Non a caso si sono iniziati a vedere, in particolare dalla chiusura della manifestazione alle 18, quei tipici capannelli di persone che avevano ecceduto nei tasting durante la loro giornata in fiera.

Lungi da noi l'ennesimo inutile e noioso confronto con Vinitaly. Ne avevamo scritto già un paio d'anni fa in un nostro articolo ([leggi qui](#)) che confermiamo parola per parola. Sono due manifestazioni completamente diverse, Vinitaly presenta l'Italia, Prowein il mondo, se non si parte da qui ogni analisi risulta sterile e inutile.

Detto questo, invece, rimane aperto il tema di quale ambiente necessita un'azienda per gestire al meglio il business all'interno di una fiera.

E su questo punto noi pensiamo che anche il Prowein debba iniziare a riflettere. A nostro parere, infatti, anche la prestigiosa manifestazione di Dusseldorf inizia a manifestare elementi e problematiche che non sempre facilitano le attività b2b.

Molte aziende intervistate in questi primi due giorni – oggi si chiude e vedremo se resteranno 3 giorni anche il prossimo anno (noi ci auguriamo di sì) ” ci hanno ad esempio manifestato il proposito di aumentare le dimensioni del proprio stand al Prowein per poter essere soprattutto più visibili e poter gestire meglio l'affluenza dei visitatori. Alcune aziende in queste ultime edizioni di Prowein hanno già fatto questa scelta.

Da un lato si tratta di una bella notizia, dall'altro non si può negare che non era una cosa negativa quando fino a pochi anni fa il tuo "tavolino" all'interno di un'area collettiva poteva risultare più che sufficiente.

In fin dei conti una manifestazione prettamente b2b con visitatori altamente qualificati e professionali non dovrebbe necessitare di allestimenti "faraonici".

Ma anche quest'ultimo aspetto è conseguenza di un successo che porta anche le imprese a doversi di anno in anno rendersi sempre di più riconoscibili e "ritrovabili".

Sono comunque tutti aspetti sui quali riflettere. Aldilà delle recenti polemiche scaturite in particolare dalla proposta di Angelo Gaja (una grande fiera del vino a Milano totalmente orientata al business), riteniamo che si debba sempre tenere alta l'attenzione su come sviluppare modelli fieristici adeguati ai fabbisogni attuali di un settore e di un mercato sempre più complesso come quello del vino.

Non possiamo limitarci a discutere o polemizzare solo su questioni di appartenenza territoriale, si deve essere liberi da pregiudizi e da condizionamenti.

Se siamo intelligenti c'è spazio per tutti, ognuno con la sua precisa identità e obiettivi.