

# Euforia invece di agonia

**Proprio ad una fiera lo successo e l'insuccesso sono vicini l'uno all'altro. Troppi fattori determinarono se si perde un mucchio di soldi oppure se gli espositori tornano soddisfatti a casa. Per i 16 espositori della Provincia di Alessandria il ProWein è stato quest'anno un vero successo.**

Originariamente nessuno ha voluto andare volentieri in fiera. Le esperienze degli anni passati sono stati troppe negative. Tanti soldi da spegnere per lo stand al ProWein, il quale è secondo delle proprie indicazioni la fiera leader in Europa per il vino. Nessun voleva di nuovo uno stand collettivo, dove i visitatori passavano sbadatamente. Anche e proprio un viticoltore non ha soldi da regalare.

Davide Sandalo, Professore ed Assessore per l'Agricoltura ed i Prodotti Tipici della Provincia d'Alessandria in Piemonte, si è deciso per un cambio della strategia per motivare i vignaioli. La Provincia d'Alessandria abbandonava l'agenzia di Milano, che curare sinora la presentazione in fiera. Invece ha incaricato Wein-Plus, la rete del vino in internet, e Communication Office Düsseldorf (COD), un'agenzia specializzata alle pubbliche relazioni internazionali, ad accompagnare con la giusta comunicazione la presentazione in fiera.

“Si deve conoscere i meccanismi d'una fiera per avere successo”, spiega Michael Zerban, il proprietario di COD, la decisione di Sandalo di puntare sulla comunicazione pre-fieristico. E Zerban è convinto che: “la fiera può solo essere il culmine e finale di una comunicazione.”

Come mediapartner è stato scelto sin dall'inizio Wein-Plus. “Con un mix di degustazioni indipendenti ed approfondimenti sui vini della Provincia d'Alessandria nella rivista online è stato suscitato la voglia di esplorare da parte dei nostri lettori”, dice Katrin Walter, responsabile di Marketing e Comunicazione per Wein-Plus in Italia. Gli esperti del vino in internet hanno messo a disposizione i dati che erano necessario per la diffusione delle informazioni in grande stile al target giusto. Migliaia di amatori e professionisti del vino accedono ogni giorno alla loro rete per informarsi sul vino; tanti di loro mettono i loro riferimenti a disposizione per ricevere le notizie esclusive direttamente nella loro casella postale (e-mail).

Per lo stand vero e proprio COD introduceva un nuovo sistema informativo, che permetteva allo stesso momento di contare il numero di contatti allo stand. “Questo significa certamente tanto lavoro alla fine d'una lunga giornata in fiera, ma possiamo dire abbastanza precisamente quanti contatti da parte del pubblico tedesco ci sono stati per uno stand di queste dimensioni”, dice Zerban.



*Tutti i posti esauriti: Katrin Walter di Wein-Plus (in mezzo) provvede al giusto linguaggio durante una presentazione allo stand. Foto: Massimiliano Navarria*

Nonostante tutto ciò, ogni giorno è emozionante. Ci saranno abbastanza visitatori? Viene preso in considerazione sufficientemente ogni singolo produttore allo stand collettivo? Quanti si fermano veramente alle degustazioni guidate, che sono stati gli highlights del programma in fiera di quest'anno?

Quando al ultimo giorno della fiera i corridori tra gli stand rimanevano per la maggior parte vuoti, lo stand della Provincia d'Alessandria è affollato. La direttiva data da Sandalo al COD e Wein-Plus è stata superata per più del doppio. E in questo senso si tratta di una sola e ultima conferma e un ringraziamento, quando alla fine della fiera gli espositori salutano con un: “Al anno prossimo!”