

















NUOVE TECNOLOGIE PER LA VITICOLTURA DI PRECISIONE

CUP B68H19005210009. MISURA 16.1.1. AZIONE 2 - PSR CAMPANIA 2014/2020



Cosa sono le Fiere di Settore?

La presente newsletter ha come obbiettivo di illustrare l'importanza della partecipazione alle fiere di settore per la corretta riuscita di un progetto soprattutto all'interno del settore vitivinicolo che è un settore in continua evoluzione grazie anche all'applicazione tecnologico in ambito agricolo.

PRO E CONTRO ALLA PARTECIPAZIONE ALLE FIERE DI SETTORE

di Coldiretti Campania (Fondazione Medes) Attività di divulgazione e disseminazione

Le fiere di settore del vino cambiano, si evolvono, si moltiplicano. Basti pensare alla grande portata che essi hanno raggiunto nel corso del tempo sia come partecipazione sia come costi, poiché essi ormai entrano sempre di più a far parte di una corretta strategia di marketing.

Ma partecipare alle fiere di settore così come altre strategie di marketing ha sia dei pro che dei contro.

I pro per partecipare ad una fiera vinicola sono:

1. Fare networking

Il primo motivo che dovrebbe spingere le aziende di tutto il mondo a partecipare alle fiere vinicole - sia come espositori che come visitatori - è sfruttare la possibilità di incontrare persone interessate al proprio business, di conoscere partner con i quali ampliare il proprio bacinodi affari, di fare networking come direbbero gli imprenditori più alla moda. La dimensione fisica in questo aiuta molto: permette, infatti, di guardare in faccia l'interlocutore, di capire di più dai movimenti del corpo, di entrarci in relazione con una semplice stretta di mano.

2. Scambiarsi conoscenze

In una fiera di settore è possibile incontrare aziende che vendono prodotti e servizi come il nostro o dello stesso indotto merceologico.

Questo aspetto è molto importante perché permette alle parti in gioco di scambiarsi conoscenze, know-how e, all'occorrenza, lavori.

Stabilire delle relazioni di business è fondamentale per le imprese che vogliono crescere e unendosi questo obiettivo è più facile da raggiungere.

3. Entrare in contatto con mercati nuovi

Questo riguarda soprattutto quando si partecipa ad una fiera internazionale del vino. Qui, infatti, un imprenditore ha la possibilità di entrare in relazione con un mercato vinicolo diverso da quello domestico, regolato da norme diverse e capire se è il caso di entrarci oppure abbandonare il proposito.

Capire le dinamiche, le usanze, la cultura, le modalità di interazione di un mercato estero sono di fondamentale importanza quando si decide di allargare i propri confini, ed essere in loco è sicuramente il modo migliore per capire tutte queste cose.

4. Migliorare la propria brand identity

Un'impresa che partecipa ad una fiera vinicola di settore è un'impresa che dà all'esterno una sensazione positiva di sé.

Accogliere le persone nello stand, parlare con loro, essere cordiali e anche simpatici fa bene all'identità stessa del brand. Questo aspetto, a volte sottovalutato, ha l'obiettivo di far parlare bene della prioria attività, di indurre il passaparola, di fidelizzare i clienti già acquisiti e di ampliare la rete di quelli potenziali.

Le fiere sono delle vetrine ideali per tutte quelle aziende che desiderano mettere in mostra il loro know-how o le ultime novità in termini di prodotti e servizi. Partecipare ad un evento si tramuta sicuramente in una decisione strategica, che prevede: un investimento economico e impiego di risorse umane e di tempo.La partecipazione a fiere implica efficaci vantaggi:

Per stare al passo con l'evoluzione del mercato, anticipando le tendenze; Per farsi conoscere e ottenere visibilità; Per migliorarne l'immagine; Per acquisire nuovi contatti, influencer e media; Per rafforzare il rapporto con la clientela e i fornitori; Per monitorare i competitors; Per prendere a parte a corsi di formazione.

Accanto a questi vantaggi, però, ci sono anche degli aspetti negativi da considerare nella partecipazione a fiere di settore. I contro sono:

1. Costi elevati noleggio stand e attrezzature

A volte i costi nel noleggio dello spazio della fiera vinicola sono davvero elevati e per le piccole/medie imprese, non sono davvero ammissibili, anche perché oltre al noleggio dello spazio fieristico, bisogna aggiungere anche i costi per il noleggio degli arredamenti dello stand, luci e pubblicità.

2. Costi di trasferta

I costi di trasferta si aggiungono inevitabilmente ai costi di noleggio e gestione della fiera, questi influiscono pesantemente sulle fiere all'estero. Oltre al viaggio vanno calcolati in modo preciso anche i costi di vitto e alloggio, per te e per tutti gli altri dipendenti che verranno coinvolti.

3. Tempo di sviluppo e creazione

Oltre ai giorni di durata della fiera, bisogna calcolare bene anche i giorni impiegati per lo sviluppo della fiera stessa, ossia il tempo dedicato ai fornitori che monteranno lo stand, alla pubblicità a tutto il reparto del marketing.

