



Fiera di Milano 1974: padiglione quattordici, quello del bere. Troppa gente di strada per affari si concludeva altrove. Il giudizio degli operatori presenti quest'anno è stato quasi unanime: bisogna puntare piuttosto su una mostra specializzata del settore, da tenersi in un periodo più adatto alle esigenze di vendita.

Primi commenti degli espositori del bere alla Campionaria di Milano

Andar per Fiere: quanto è ancora utile?

«Quattro o cinque anni fa. — dice il rappresentante di una casa di alcolici — scrivevamo ordini tutto il giorno». Adesso invece lamenta di essere sopraffatto da una folla indiscriminata di visitatori



«Civiltà del bere» era presente alla Fiera di Milano con una «vetrina» stilizzata.

Molto discusso quest'anno il padiglione vini e liquori della Fiera di Milano. Comincio a citare giudizi e osservazioni colti a volo. «C'è una baraccola di gente che alla sera ricorda solo i panini che ha mangiato». «A noi serve per una questione di P.R., di contatti sul piano del prestigio, gli affari li facciamo attraverso la nostra organizzazione internazionale». «La "Campionaria" ci serviva di più qualche anno fa, quando eravamo una azienda più modesta; ora i clienti ci conoscono, non aspettano d'incontrarsi ad aprile per fare ordini». «Ormai credo che servano di più le mostre settoriali, escludendo il pubblico. In queste mostre, spinti dalla concorrenza, anche gli espositori si impegnano di più».

Sono giudizi e osservazioni raccolti negli stand Strega, Ruffino, Orsolini, Orsini Import: piccoli e grandi, a questo padiglione quattordicesimo dei vini e liquori. Per la diversità di politica aziendale, di dimensioni produttive e commerciali possono dare un'idea dell'aria che tira, anche se sono troppo pochi per trarne un test più complesso. E non è certo questa la nostra intenzione, in questo momento.

Parlo più a fondo con un ispettore alle vendite della Strega: «Quattro o cinque anni fa — dice — scrivevamo ordini tutto il giorno, adesso abbiamo

14
**IV SALONE
III SALONE
VINI
LIQUORI**

II SALONE (PIANO TERRENO)
MACCHINE PER INDUSTRIE
ALIMENTARI-MACCHINE PER
MOLINI-PANIFICI E PASTIFICI
PRODOTTI ALIMENTARI
CASEARI E DOLCIARI-BIRRE
BEVANDE ANALCOLICHE
ACQUE MINERALI

I SALONE (PIANO INFERIORE)
PRODOTTI ALIMENTARI
CASEARI E DOLCIARI
ACQUE MINERALI
BEVANDE ANALCOLICHE



L'insegna del padiglione quattordicesimo alla Fiera di Milano. Il settore ospitava, in tre piani, i saloni vini e liquori, birre, bevande alcoliche, acque minerali.

visto in tutto cinque clienti e uno protestava, oltre tutto, per un presunto di sguido amministrativo, un altro voleva salutarsi e bere con noi; gli affari si sistemano altrove. Ma restiamo, per motivi di prestigio. Altri come Branca, Campari, Isolabella, hanno pensato che su questo piano era inutile continuare, e se ne sono andati. Stock e Burton, invece, al posto dello stand hanno preferito aprire un bar all'esterno del padiglione e vendere i loro prodotti al pubblico. Il marchio è bene in vista e si guadagnano anche, sulle consumazioni».

C'è chi se ne va, dunque, e chi si aggira, rendendosi conto che gli affari non riguardano più direttamente questa

manifestazione, mentre conta e può rendere sempre bene una certa azione promozionale a largo raggio, con questa folla, che «vede» più il bar che lo stand. Perché questa discordanza? Appunto perché la funzione delle fiere di questo tipo cambia, cambiano le possibilità che esse offrono, e forse assistiamo a una evoluzione decisiva delle varie formule. Abbiamo potuto prendere visione anche di un sondaggio fatto tra molti standisti per altri motivi, in cui si facevano domande, però, su questo argomento. In grande maggioranza hanno risposto che l'anno prossimo torneranno, comunque, alla «Campionaria». Un certo numero si è detto ancora incerto; rari, ma non da

Il bere in Fiera

dimenticare, i *no* recisi. Anche questi dati non possono far testo, ma indicano che problemi di trasformazione, di evoluzione sono sentiti.

«Il grande boom della Fiera dopo la guerra — mi ha detto un altro espositore — la sua opera di grande rilancio dell'economia italiana stava nel mostrare alla gente tutti i beni di consumo di cui fino allora non si conosceva quasi l'esistenza, o di cui si aveva ricordato in forme, in tipi antiquati. Ora la situazione si è capovolta, la gente ha tutto, ha modo di vedere e sapere tutto, man mano che le novità vengono fuori. Ed ecco che noi, dietro il banco dell'espositore, non sappiamo bene come regalarci vendendo sfilare questa gente, sembrano in gita, spinti da curiosità generica, non da una vera ragione di informarsi, scegliere, programmare acquisti».

Gli argomenti si succedono; registriamo altre voci che consigliano cautela, nel pensare a nuove formule. Si può immaginare una Campionaria da cui sia escluso del tutto il pubblico generico, riservata sempre e soltanto agli operatori? Vogliamo ricordare che già agli operatori sono riservate ormai diverse giornate, che c'è in atto un tentativo di far convivere i due principi: quello selettivo e quello di massa, per quanto riguarda le persone ammesse nell'immensa città fieristica? E che questo tentativo è molto interessante, anche se molto ambizioso?

Uno senz'altro favorevole all'esclusione del pubblico generico è Orsini, citato prima: «Eliminiamo la confusione, anche perché non si può trattare di prezzi allo stesso modo con un operatore economico e con un curioso qualsiasi. D'altra parte non possiamo conoscere tutti: come regolarsi con chi si presenta e vuole listini, parla di sconti? Noi stessi, sapendo di operare in un ambiente specializzato, selezionato, potremmo impegnarci di più, competere meglio». Da queste considerazioni, si passa a parlare di mostre e fiere specializzate che già esistono. Tra esse, la stessa Expo che si tiene alla Fiera di Milano, dedicata a tutte le attività del settore dell'ospitalità, e quindi anche del bere. Si parla delle varie iniziative a Genova, Verona e via dicendo.

Sono discorsi da cui affiorano altri pro e contro, per questioni di date. (Quando hanno interesse gli operatori vari di concludere i loro acquisti, ogni anno? Quali sedi si prestano di più a tutte le operazioni relative?) Forse varia la pena di riprendere più compiutamente il discorso, e approfondirlo. Anche perché — ultima osservazione ma non la meno importante — la situazione economica è quella che è, con le sue ripercussioni sulla moneta, sull'occupazione, sugli scambi con l'estero.

Rita Guidetti