

Simply Italian Great Wines Tour 2019 tocca l'Est

Europa

Il 7 maggio a Tallin e il 9 maggio a Varsavia, prosegue con queste due tappe il Simply Italian Great Wines Tour di I.E.M.



Giunto alla sua decima edizione, Simply Italian Great Wines Tour, èevento ideato da IEM International Exhibition Management per valorizzare lenologia italiana nel mondo. Il format dei Simply Italian Tour, con workshop commerciali, degustazioni e seminari guidati, dà alle aziende protagoniste una concreta opportunità di farsi conoscere nei Paesi ospiti, incontrando direttamente il trade locale selezionato. Il tour, partito con le tappe americane di Florida e Messico, a cui abbiamo partecipato, prosegue spostandosi in Est Europa, dove saranno attesi circa 200 rappresentanti del trade, per un doppio appuntamento, per la prima volta a Tallin il 7 maggio e a Varsavia, come lo scorso anno, il 9 maggio. Due tappe studiate



Wine Meridian

Read It, Taste It

Italian daily news for key players and wine lovers

per consentire incontro diretto con i professionisti locali e la stampa di settore, nellottica di favorire linstaurazione e il consolidamento di rapporti commerciali, valorizzare e comunicare al meglio il vino italiano, dando la giusta visibilità alle aziende vinicole protagoniste. Durante la prima tappa Simply Italian a Tallin, saranno inoltre organizzati degli incontri b2b dedicati ai produttori partecipanti, desiderosi di incontrare faccia a faccia i principali importatori dei 3 paesi Baltici, Lituania, Estonia e Lettonia, che si dedicheranno a conoscere le realtà vitivinicole italiane presente ed i loro prodotti. Perché l'Est Europa? Estonia e Polonia, sono due mercati diversi fra loro, ma rappresentano al momento due fra i luoghi più strategici per l'export del vino italiano in Europa. L'Estonia, seppure si tratti di un piccolo mercato, ha grandi opportunità da sfruttare. Parliamo di un mercato che si è sviluppato velocemente e all'interno del quale ad oggi i vini italiani occupano il secondo posto, dopo la Francia, per importazione, rappresentando in termini di valore il 20,5% del totale dei vini importati nel Paese. Quasi tutte le regioni italiane sono presenti all'interno della scelta dedicata al consumatore, ed il numero di ristoranti italiani è in costante crescita, ospitando negli ultimi anni nuovi importatori indipendenti, che amano dedicarsi ai vini del cosiddetto vecchio mondo, Italia in primis. La Polonia invece è il più grande mercato dell'Europa centro-orientale, con oltre 38 milioni di abitanti ed un'economia in crescita. Grazie all'influenza dei Paesi limitrofi, più forti in ambito vitivinicolo, il mercato polacco si sta lentamente trasformando, aprendosi ai consumi di beni considerati di lusso, come il vino, ma pur sempre mantenendo una cultura tradizionalista. Fattori positivi? I Millennials trainano i consumi, soprattutto del mercato dei vini fermi, molto forti sia in termini di volume che di consumo. Fattori negativi? Bisogna lavorare sulla brand awareness, ancora non particolarmente sviluppata. Più che un fattore negativo, quindi, un'opportunità per le aziende partecipanti al tour, che lavoreranno sulla propria attività promozionale, conoscendo i canali di vendita migliori, gli eventi formativi specializzati e le figure chiave del mercato. Per avere maggiori informazioni sulla partecipazione al tour, scrivete a: redazione@winemeridian.com