Esportare vino: è il momento migliore per testare il mercato del Kazakhstan

scritto da Claudia Meo | 17 Aprile 2023

Unexpected Italian opera da anni nell'accompagnamento delle cantine italiane sui mercati emergenti del vino, con una forte specializzazione nell'area asiatica.

Unit Wine Tour 2023 toccherà il 20 giugno prossimo la città di Almaty, popolosa e stimolante città del Kazakhstan, uno dei mercati esteri più promettenti per il vino italiano, che sta assumendo un ruolo sempre più centrale di snodo commerciale tra Europa e Asia.

Le importazioni di vino in Kazakhstan hanno toccato nel 2022 i 47 milioni di euro, con un tasso di crescita a doppia cifra ormai dal 2020; +18% nell'ultimo anno. Nel Paese crescono

tutti i vini, anche quelli dal Nuovo Mondo; il 50% del vino importato nel Paese proviene comunque dall'Europa, con Francia e Spagna che contribuiscono in modo importante, ma l'Italia garantisce ben il 56% del vino importato europeo.

Il valore del vino italiano importato è aumentato in un solo anno del 26%, raggiungendo una quota di mercato del 28% e un valore di 13,2 milioni. **Nel periodo 2020–2022 i nostri vini fermi sono cresciuti del 53%, gli spumanti del 106%, trainati dall'avanzata del Prosecco.**

Il consumo di vino in Kazakhstan è ben ripartito tra i canali di vendita: il 49% delle vendite transita per il mercato on-trade, il restante 51% per l'off-premise: in questa fascia, la quota maggiore è venduta presso piccoli dettaglianti e convenience store.

Promuovere il vino in Kazakhstan significa gestire nel modo più strategico alcune limitazioni e farle diventare opportunità: **è vietata la pubblicità diretta ma è consentita la promozione con eventi, seminari, cene tematiche, degustazioni.** In questa cornice, UNIT offre una combinazione di strumenti modulati proprio per sfruttare al meglio le specificità del mercato kazako: una sessione formativa e informativa, nella quale vengono condivise con le aziende partecipanti le caratteristiche e le particolarità del mercato; una masterclass in lingua, guidata, come già è stato nell'edizione 2019, da **Artyom Lebedev, CEO del KSA – Kazakhstan Sommelier Association, in qualità di master class wine educator;** segue un networking lunch e il "meet and taste" vero e proprio, in modalità walk around, con aree allestite al meglio per l'incontro con gli operatori commerciali, l'accompagnamento di proposte finger food della cucina tradizionale kazaka, per evidenziare la larga abbinabilità del vino italiano.

Il rapporto di stretta collaborazione con le associazioni di sommelier dei Paesi target rappresenta un plus della proposta

di UNIT, da sempre impegnata nella crescita dei giovani sommelier dei Paesi emergenti, attraverso la creazione di occasioni uniche di incontro con gli imprenditori italiani: il vino italiano è una palestra unica e insostituibile per chi si occupa di vino, e UNIT favorisce, con la propria proposta, l'incontro e lo scambio tra culture che, dal punto di vista del vino, hanno oggi stadi di evoluzione molto diversi.

Una serie di fattori sociali e culturali mette oggi il vino italiano in una posizione di netto vantaggio sul mercato kazaco: bere italiano è sinonimo di qualità della vita. In Kazakhstan è molto apprezzata la biodiversità del vino italiano, e anche per ciò che riguarda i vitigni internazionali si osserva che quelli coltivati in Paesi che hanno alle spalle una storia enologica sono i più apprezzati.

La festività internazionali portano con sé il desiderio di riservarsi momenti di piacere e di esclusività: regalare vino è prerogativa di persone di prestigio, ma stanno crescendo, oltre ai vini premium, anche quelli medium range. Il mercato riconosce valore alla qualità e tende a trascurare i vini da prezzo. L'attenzione al Paese di provenienza è al momento molto forte.

La fascia giovane dei consumatori sta gradualmente sostituendo il vino ai superalcolici; **le donne rappresentano il 35% del mercato**: due componenti che delineano bene il consumatore prospect del Kazakhstan.

L'offerta di UNIT, in un humus così favorevole, ha le carte in regola per consentire lo scambio di informazioni e la nascita di una relazione proficua tra produttori italiani e buyer locali. Le location scelte da UNIT, che si contraddistinguono per la loro eleganza, sono l'ambientazione perfetta per l'immagine prestigiosa del vino **Made in Italy.**

La proposta di UNIT, **in sintonia ormai rodata in ogni Paese con i professionisti del MAECI** – Ministero degli Affari Esteri

e Cooperazione Internazionale e di ITA – Italian Trade Agency, e perfettamente inserita all'interno di un sistema consolidato di aziende e professionisti italiani e kazaki che operano per le rispettive competenze e ruoli e supportano nel quotidiano lo sviluppo del Made in Italy, contribuisce alla promozione del Sistema Italia sui mercati emergenti del vino.

Per ulteriori informazioni, consulta il **nostro articolo** o scrivi a **redazione@winemeridian.com**.