Vyno Dienos: l’appuntamento annuale del dinamico mercato lituano

scritto da Agnese Ceschi | 7 Marzo 2019



Che cos’è Vyno Dienos?

Vyno dienos è il principale evento sul vino del Paese arrivato quest’anno alla quinta edizione. Negli ultimi tre anni è diventata inoltre la più grande fiera, non solo dei Paesi Baltici ma dell’intero nord Europa.

È una fiera ancora molto focalizzata sul mercato lituano con la presenza di importatori che operano nei vicini mercati di Lettonia, Estonia e Bielorussia. I produttori che trovano i loro partner durante la fiera possono potenzialmente entrare così in più mercati. Nei primi anni la fiera era più concentrata su importatori rivolti all’Horeca, appassionati o stampa, mentre negli ultimi 5 anni stiamo facendo esperienza di un’ondata di produttori che partecipano per cercare

contatti commerciali tra importatori in generale, rappresentanti del mondo della ristorazione ed hotellerie, creando connessioni e trovando partner nei Paesi Baltici.
È un format mix B2B e B2C il quale per un piccolo mercato come il nostro è in grado far incontrare importatori e produttori insieme. Noi assistiamo a storie di successo ogni anno, e vedere nuovi vini di qualità nel nostro mercato è il principale traguardo per noi organizzatori.

Perchè la fiera è così importante per i mercati baltici?
Ci sono differenti ragioni. Per prima cosa, la pubblicità dell'alcool è proibita in Lituania e Vyno Dienos è il modo più efficace per gli importatori per comunicare il vino e i superalcolici, introducendoli al consumatore finale e all'Horeca, stimolando le vendite.
Per questa ragione molti importatori parteciperanno con i loro stand, e quest'anno anche le catene dei supermercati hanno deciso di partecipare.
La seconda ragione è la possibilità di arricchire il portfolio degli importatori, trovando nuovi vini e produttori. Di certo, probabilmente il 95% degli importatori visitano Prowein ogni anno, ma nel 95% dei casi (specialmente importatori con grandi portfolios) trascorrono il tempo facendo incontri tra partner e fornitori già conosciuti. Serviva una fiera che permettesse loro di fare nuovi incontri e allacciare nuove relazioni commerciali.
La terza ragione è che Vyno Dienos è uno strumento per educare il nostro mercato e ogni anno vediamo dei progressi, le persone sono interessate ai vini e noi siamo in uno spazio completamente differente rispetto dieci anni fa. Formiamo e creiamo il bisogno di un vino di qualità superiore.
Il consumatore finale è infatti un importante target della fiera: qui si ha la possibilità di vedere cosa gli piace e cosa è pronto ad accettare, il che incoraggia gli importatori a sviluppare il loro portfolio e i produttori ad agire di conseguenza.

Come si può descrivere il mercato lituano?
È molto diverso dai mercati dell'Est, spesso i produttori pensano che sia simile al mercato russo. Ma non è così.
I ristoranti sono ben informati, abbiamo una scuola nazionale di sommellerie e corsi WSET che vanno avanti da un decennio e molti laureati e sommelier lavorano in ristoranti o presso importatori. Sia il canale off trade sia il canale on trade sono ben consolidati, la conoscenza delle classiche regioni vinicole è buona, anche se le più piccole DOC potrebbero essere meno conosciuti al pubblico generale.

Come si possono descrivere i mercati baltici in generale?
Dinamici, ancora più giovani di quelli occidentali e scandinavi. Gli importatori sono attenti ai vini interessanti ma spesso non sono in grado di comprarli al prezzo che si possono permettere gli importatori scandinavi. Ciò li fa guardare più a fondo e più lontano per cercare tutte le opzioni. I sommelier sono interessati ai vini naturali e biologici e la loro popolarità sta crescendo anche tra le persone comuni.
I wine bar si stanno diffondendo e crescendo, ogni anno vengono organizzati campionati nazionali per selezionare i migliori vini e fiere di settore molto attive.

Cosa bevono i consumatori lituani?
Innanzitutto un dato di rilievo è che il consumo di sparkling è in aumento: numerosi Champagne bar stanno aprendo, il Prosecco procede bene, il Cremant così come il Cava stanno avanzando.
Per quanto riguarda i vini fermi, la maggior parte dei clienti sta bevendo vini secchi, i giorni dei vini semi-dolci sono passati. Inoltre, la media dei clienti è ancora orientata verso i vini rossi. Questo dipende però dal segmento del mercato, ci sono importatori che vendono molto bene Bordeaux, Burgundy, Piedmont, Super Tuscans e Champagne per una certa clientela ma molti altri vendono meglio vini spagnoli, cileni, argentini e italiani.

Se è una denominazione completamente sconosciuta, i vini necessitano di essere introdotti nei mercati dai sommelier nei ristoranti, dai venditori professionisti ” la strada è più lunga. Se la denominazione è conosciuta, è certamente più facile. Il vino è consumato con il cibo e per questo nella nostra dieta sono presenti maggiormente vini ricchi rossi e bianchi più leggeri e croccanti.

Cosa consiglierebbe alle aziende che vengono alla fiera?
Fate un lavoro di preparazione. Contattate gli importatori in anticipo, provate a informarli su di voi e i vostri vini, fissate degli incontri. Non vi aspettate che non vedano l’ora di correre o scontrarsi tra di loro per i vostri vini.
In secondo luogo, portate buoni vini, non sottostimate il mercato e la conoscenza dei vini. Inoltre sappiate che incontrerete molti consumatori finali: siate gentili con loro.
Infine, fate un buon lavoro di storytelling della vostra realtà e dei vostri vini, ed entrate in connessione con chi avete davanti.

Wine Meridian sarà a Vilnius con un’area collettiva. Per info qui