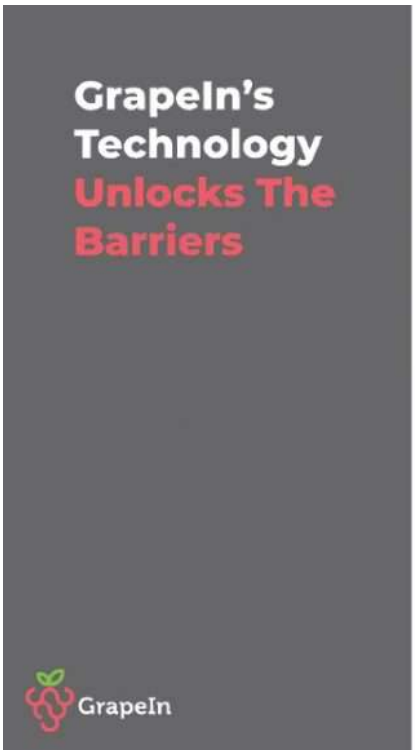
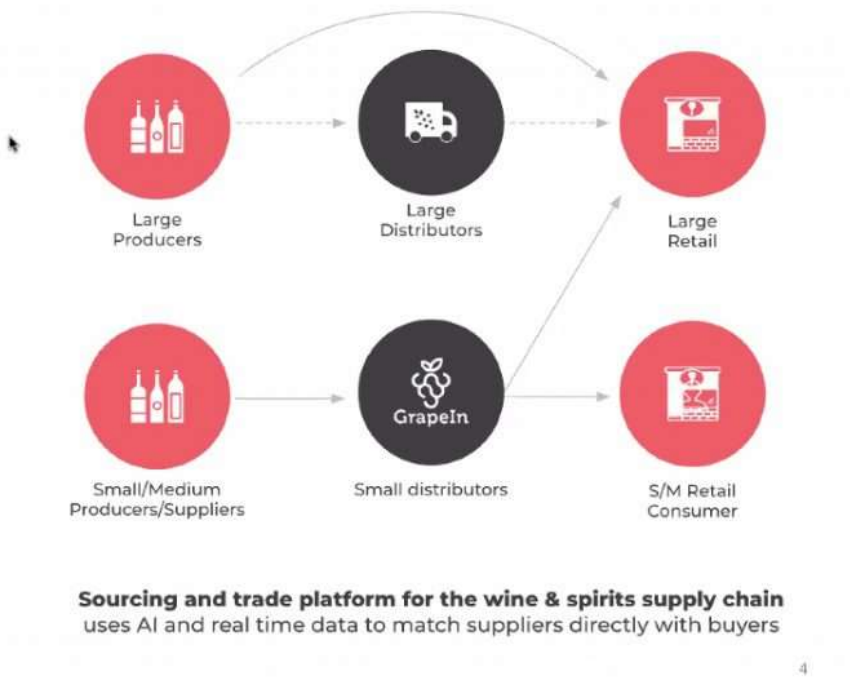
GrapeIn: un ponte tra produttori e buyers

scritto da Emanuele Fiorio | 7 Agosto 2020





Il webinar dal titolo "Taste of Italy Presents a Partnership with GrapeIn" organizzato da IACC il 3 agosto scorso (Italy-America Chamber of Commerce of Texas) ha voluto presentare la partnership tra la fiera "Taste of Italy" – il più grande evento statunitense dedicato interamente ai prodotti enogastronomici italiani – e **GrapeIn, piattaforma online che permette ai produttori di far crescere il loro business e di vendere direttamente a retailers, ristoranti e consumatori finali**, navigando tra le rigide normative del mercato statunitense.
In particolare, abbiamo voluto concentrarci sulle caratteristiche innovative di GrapeIn che possono risultare interessanti per i produttori di vino italiani.

GrapeIn **è una piattaforma B2B innovativa che aiuta i produttori ad entrare in contatto diretto con i buyers.**
L'idea di GrapeIn è semplice: collegando direttamente i

fornitori con i trade buyers, la piattaforma consente ai piccoli produttori di vino e distillati di **bypassare il mercato della distribuzione tradizionale.**
Inoltre sfruttando la tecnologia dell'intelligenza artificiale, **GrapeIn agevola i produttori nell'identificare i potenziali clienti con accuratezza e precisione.**

I gruppi vinicoli che vendono ai cinque maggiori importatori americani rappresentano circa il 60 per cento delle vendite di vino negli Stati Uniti (un aumento del 20 per cento rispetto a qualche decennio fa).
La quota di mercato delle grandi aziende continua a crescere, mentre **i canali e le opportunità per le piccole e medie aziende vinicole continuano a diminuire.**

Jack Cohen-Martin, fondatore & CEO di GrapeIn ha messo in risalto il nodo centrale del sistema distributivo statunitense attuale: **"le piattaforme leader attualmente attive sul mercato collegano i distributori con gli acquirenti, lasciando il produttore fuori dal circuito".**

L'obiettivo primario di GrapeIn è quello di **collegare direttamente produttori, importatori specializzati e proprietari dei brands con i buyers on e off-premise, in modo che siano in grado di svincolarsi dalle decisioni dei distributori.**
Secondo Jack Cohen-Martin, la sfida più grande per la maggior parte dei piccoli brands è quella di essere in grado di relazionarsi direttamente con i trade buyers per vendere i propri prodotti: qui entra in gioco la piattaforma GrapeIn.

Cohen-Martin ha ribadito che i buyers sono consapevoli del conflitto di interessi con i rappresentanti dei distributori che spingono prodotti specifici a determinate quantità. Questi prodotti non sempre sono in linea con le volontà e le esigenze dei buyers.
Inoltre i distributori tradizionali addebitano circa il 30% di commissione ma GrapeIn, utilizzando metodi alternativi per lo

sdoganamento e la logistica, è in grado di trattenere la maggior parte di questa commissione e gestire al meglio il rapporto con il buyer on o off-premise.