

Lituania mercato piccolo ma evoluto

scritto da Lavinia Furlani | 7 Maggio 2019



Siamo reduci da una due giorni molto intensa a Vilnius, in Lituania, dove si è svolta la 15a edizione di Vyno Dienos che è diventata uno dei principali appuntamenti dedicati al vino nell'est Europa.

In Lituania, infatti, vi sono alcune condizioni ideali per lo sviluppo del nostro export vitivinicolo: un'economia in crescita, un livello di scolarizzazione molto elevato, consumatori sempre più educati al vino (grazie anche ad uno sviluppo notevole della sommellerie locale).

Vyno Dienos si è confermato un evento molto interessante grazie alla formula che ha visto nella prima giornata la presenza degli operatori (buyer e media) e nella seconda l'ingresso anche dei wine lovers.

Ma non deve apparire un limite l'accesso degli appassionati ad una fiera di questo genere perché in Lituania non è "solo" l'importatore l'interlocutore chiave per l'ingresso dei vini in questo Paese.

I ristoratori, i wine shop, infatti, hanno un ruolo strategico e le loro scelte sono alla base dell'importazione di molti vini in Lituania. Per questa ragione gli appassionati di vino svolgono un ruolo di "opinion leader" nella stimolazione della ristorazione a la conseguente importazione di vini.

Tutte caratteristiche che ci sono state evidenziate da Arunas Starkus, responsabile di Vyno Klubas, organizzatore della manifestazione e, soprattutto, uno dei maggiori esperti di vino di questo Paese.

Arunas, infatti, è stato anche il fondatore della "Sommelier School of Lithuania" che ogni anno diploma numerosi sommelier che "oggi hanno un ruolo chiave sia nella diffusione della cultura del vino in Lituania, ma anche nella selezione del portofolio degli importatori".

"I produttori anche italiani " ci ha spiegato Arunas " devono essere sempre più coscienti che in un Paese come la Lituania gli influencer non sono solo gli importatori o i media ma anche gli stessi appassionati, i ristoratori, gli enotecari. Per questa ragione sono importanti manifestazioni come la nostra che non si aprono solo agli importatori, che spesso sono notevolmente impegnati e sovraccarichi. Ma per attrarre buyer e opinion leader si deve essere dinamici, scegliere il vino che si ritiene maggiormente rappresentativo, avere una comunicazione non troppo prolissa ma che vada direttamente al punto. Ma non si deve mai stare fermi, passivi. Talvolta, invece, i produttori danno la sensazione di essere come quella donna seduta che attende qualcuno che le chieda di ballare".

I numeri del mercato del vino in Lituania non sono certo eclatanti, ma quello che conta è il continuo aggiornamento e ampliamento dei portfolio degli importatori.

"In Lituania " ha sottolineato Arunas " vi sono circa una cinquantina di licenze di importazione ma sono una ventina gli importatori particolarmente attivi. Ma nonostante numeri

ancora non elevati si tratta di realtà che aggiornano e ampliano costantemente il loro portfolio perché assecondano una clientela sempre più curiosa, alla ricerca di novità”.

Non va dimenticato che a fronte di un numero di importatori non particolarmente elevato vi sono circa un migliaio di piccoli wine shop in Lituania di cui una sessantina decisamente importanti. Come pure le catene della grande distribuzione hanno un peso rilevante nella vendita di vino in questo Paese.

La manifestazione di Vilnius, che ha coinvolto la presenza di circa 40 aziende italiane (di cui 16 presenti attraverso Wine Meridian), ha ottenuto risultati molto interessanti anche in considerazione, non va mai dimenticato, che stiamo parlando di un mercato emergente.

Su questo fronte abbiamo intervistato Jolanta Smiciene, una delle giornaliste e wine consultant di maggior notorietà e autorevolezza in Lituania.

“Sono molto soddisfatta di questa edizione della manifestazione ” ci ha raccontato la Smiciene ” perché ha testimoniato la crescita impressionante dell’interesse e dell’educazione al vino dei wine lovers del nostro Paese. Si tratta di un evento prezioso per far conoscere sempre meglio i vini di molti Paesi e di aree oggi magari meno note. E l’interesse nei confronti dei vini italiani è sempre più grande”.

La Smiciene ha poi evidenziato come oggi siano le bollicine uno dei maggiori trend enologici in Lituania.

“Il Prosecco sta aprendo la strada a tutte le bollicine mondiali ” ha spiegato ” a partire da quelle italiane come Franciacorta e Trentodoc. Ovviamente cresce la passione anche nei confronti dello Champagne. Ultimamente, inoltre, in evoluzione vertiginosa anche l’interesse nei confronti dei rosé, grazie anche ad una primavera che in Lituania si preannuncia ideale”.

Torniamo dalla Lituania molto soddisfatti e con molte idee per migliorare ancora l’immagine del vino italiano in questo Paese

e soprattutto su come supportare le nostre aziende in un mercato che potrebbe dare notevoli soddisfazioni anche in termini di valore per il nostro export.