

# Quale mercato sceglierò?

scritto da Agnese Ceschi | 5 Dicembre 2019



Quando un imprenditore decide di intraprendere un progetto di internazionalizzazione – e ormai gli imprenditori del vino sono in molti ad aver scelto questa strada – le prime domande che dovrebbe porsi sono essenzialmente due: verso quali Paesi muoversi? Come scegliere il o i mercati più adatti al proprio prodotto?

Per trasformare un buon progetto di internazionalizzazione in business, infatti, una scelta accurata del Paese di interesse, anche definito come il mercato obiettivo o target, è essenziale.

Attenzione però che parlare di mercato non significa, in gergo economico, parlare sempre di Stato o nazione, bensì questo termine può indicare talvolta uno Stato, una regione, un insieme di Stati, una città...

Quello che ci interessa definire oggi, però, è qualcosa di più specifico che ha a che fare con la corretta analisi della tipologia di mercati a cui possiamo approcciarci. Si può definire per ogni azienda il mercato “tipo”, in base al

prodotto, alla predisposizione dei consumatori in quell'area verso quel prodotto, e ad altri fattori socio-economici o commerciali, detto questo però non esistono regole fisse, teorizzazioni certe, al contrario il metodo più efficace è un attento e costante presidio del mercato, quella che noi definiamo "esplorazione da marciapiede".

Negli ultimi decenni, il dibattito ha ruotato attorno alla distinzione tra mercati maturi ed emergenti, spesso scartando i primi a favore dei secondi. Non esistono solo queste due classificazioni, però, ma altre tipologie di mercati che vale la pena prendere in considerazione.

La scelta del mercato dove operare deve essere frutto di un bilanciamento dei rischi e delle opportunità, con l'obiettivo di cogliere nuove opportunità, bilanciare i rischi e non perdere le quote di mercato conquistate in mercati ove si ha già una discreta presenza: questi dovrebbero essere gli alberi maestri nella lunga traversata verso nuovi mondi per un produttore di vino.

Per questo motivo da alcuni anni Wine Meridian ha deciso di diventare partner di società e fiere che organizzano eventi internazionali per la promozione del vino italiano nel mondo nei principali mercati strategici ([vedi calendario](#))

Vediamoli assieme servendoci dell'utile ausilio della recente indagine Wine Intelligence:

### **Maturi**

Mercati dove il vino sembra aver raggiunto il suo potenziale con volumi stabili o in declino.

Tra questi la Francia, la Germania, l'Olanda, Il Regno Unito, la Danimarca, la Svizzera, l'Australia, il Giappone...

In Germania ogni marzo viene organizzata quella che a tutti gli effetti è definita la fiera del vino europeo (e non solo), Prowein, la prossima dal 15 al 17 marzo 2020.

In Danimarca invece noi di Wine Meridian abbiamo scelto di

puntare già da alcuni anni con il progetto per produttori bio, Organic Value, di cui siamo partner e nel Paese nordico torneremo anche il 4 maggio con un walk around tasting in collaborazione con IEM – Simply Italian Great Wines.

L'Australia invece è la novità di quest'anno per il nostro Wine Meridian Tour: il 30 novembre 2020 saremo infatti a Sidney con un walk around tasting in collaborazione con IEM – Simply Italian Great Wines.

### **Stabili**

Mercati con una grande crescita dal punto di vista storico, che però stanno andando calando gradualmente.

Tra questi Hong Kong, Irlanda, Italia, Portogallo, Nuova Zelanda, Sud Africa...

### **In crescita**

Mercati dove il vino è un prodotto in crescita ed espansione.

Tra questi Stati Uniti, Canada, Corea del Sud, Singapore, Messico, Brasile.

In Usa e Messico Wine Meridian è partner di IEM – International Exhibition Management. La nona edizione di Simply Italian Great Wines Americas Tour coinvolge due mercati di forte interesse per il vino italiano: oltre alla Florida anche il Messico, un mercato emergente ancora da conquistare puntando sui Millennials. Le aziende protagoniste del tour ideato da IEM – International Exhibition Management faranno tappa a Fort Lauderdale (Greater Miami) il 4 febbraio e a Città del Messico il 6 febbraio.

Torneremo inoltre negli Stati Uniti in autunno, sempre partner di IEM – Simply Italian Great Wines: a New York il 26 ottobre e a San Francisco il 28 ottobre. Due città strategica sulla east e west coast.

### **Emergenti**

Mercati dove il vino sta sperimentando una crescita e mostra potenziale. Nello specifico si considerano emergenti quelle

economie che in breve tempo subiscono una trasformazione strutturale del loro contesto produttivo, sociale e demografico.

Tra questi Cina, Taiwan, Russia, Turchia, Perù.

Saremo in Cina a Shenzhen con la nuova fiera internazionale in collaborazione con Vinitaly International. Saremo a Mosca e San Pietroburgo l'8 e 10 giugno con walk around tasting in collaborazione con IEM – Solo Italiano Grandi Vini perché crediamo che questo grande Paese possa dare molto al vino italiano.

### **Nuovi emergenti**

Mercati dove il vino è ancora relativamente giovane e sconosciuto, ma dimostrano un certo potenziale.

Tra questi India, Indonesia, Filippine, Thailandia, Vietnam.

L'India è un'altra novità 2020 del nostro tour internazionale. Mercato che presenta sulla carta numerose pedine a suo favore, che sta ancora risalendo la china per emergere. Saremo a New Delhi dal 1 al 3 settembre con masterclass, formazione, B2B in collaborazione con Wonderfud.

Da segnalare in modo particolare quei mercati che nel corso degli ultimi anni hanno dimostrato un salto in avanti nella scala della classificazione e sono passati da una tipologia all'altra.

Il Brasile è passato da mercato emergente a mercato in crescita, l'Italia, il Portogallo e il Sud Africa da mercati in crescita a stabili, mentre l'Olanda, l'Australia e il Giappone da mercati stabili a maturi.

### [Il calendario completo dei nostri tour](#)

Per avere ulteriori informazioni sui nostri tour internazionali: [eventi@winemeridian.com](mailto:eventi@winemeridian.com) o [redazione@winemeridian.com](mailto:redazione@winemeridian.com)