

Vyno Dienos: mercato vino lituano dinamico, ma poco rilievo agli scambi b2b in fiera

scritto da Roxana Zeca | 8 Maggio 2023



Si è conclusa sabato 6 maggio la fiera [Vyno Dienos](#) tenutasi a Vilnius, in Lituania.

La manifestazione si caratterizza come una delle fiere, se non la fiera più importante sul mercato baltico del vino, ed è giunta quest'anno alla sua diciassettesima edizione.

Noi di Wine Meridian siamo stati presenti con la nostra collettiva composta da [Sui Nui](#), [Ornella Bellia](#), [Tenuta Pribus](#); 3 cantine provenienti dal Veneto e Friuli-Venezia Giulia che

si sono fatte portavoce del nord est italiano tramite presenza in fiera con desk dedicato e masterclass formativa.

Mercato

Secondo i dati dell'Italian Trade Agency, **la popolazione lituana conta più di 2,5 milioni di abitanti con un consumo pro capite annuo di 12,1 litri**. Il mercato totale del vino importato ammonta a quasi 254 milioni di euro che, per la maggior parte, viene ri-esportato verso la Russia, Kazakhstan e Bielorussia. Con quasi 71 milioni di euro, l'Italia è il secondo Paese maggiormente importato in termini di valore, con la Francia al primo posto e la Spagna al terzo. **La fiera è stato un ottimo momento per comprendere appieno le preferenze locali**: i consumatori finali hanno preferito vini aromatici, dall'alto residuo zuccherino, rosé e rossi strutturati.

Testimonianze e riscontri

Il primo giorno di fiera ha avuto un inizio lento e con un numero contenuto di presenze. Le relazioni commerciali tra produttori e distributori presenti in fiera con il proprio desk sono state rese difficoltose dalla distribuzione degli stand: la scelta di dividere in due hall una fiera così piccola (che, durante gli anni precedenti, si presentava in un unico padiglione favorendo scambi relazionali e di business) ha decisamente **sfavorito i contatti B2B**.

Non è mancata, però, la positività da parte degli operatori presenti. “Rispetto all'edizione precedente ci aspettiamo molti più visitatori, specialmente giovani” ha dichiarato **Arūnas Starkus** (importatore, co-fondatore di Vyno Klubas e organizzatore di Vyno Dienos) durante la cerimonia di apertura. “Il cambio generazionale sta favorendo l'innovazione e influenzando le vendite di questo mercato piccolo e concentrato in una quindicina di distributori”.

Testimonianza di eccellenza quella del lettone **Raimonds Tompsons**, da poco nominato **Best World Sommelier 2023**, il quale ci ha riferito: "È la prima volta che partecipo a questa fiera e sono contento e curioso di conoscere i molti visitatori interessati ad approfondire la cultura vinicola. La fiera è giunta ormai alla sua diciassettesima edizione e dimostra quindi che sul mercato c'è grande domanda, interesse e richiesta".

Parlando, invece, con chi ha un osservatorio diretto sui consumatori finali, **Artūras Zuokas** (proprietario di Zenoteca, importante catena di wine shops a Vilnius) ci confida che **"la fiera è un ottimo contenitore per noi che importiamo vini** in quanto, a causa delle stringenti leggi lituane, non è possibile intraprendere campagne pubblicitarie. L'esibizione è una delle occasioni più importanti per far conoscere i propri vini e presentarle ai consumatori".

Conferma questa visione anche **Francesco Di Marco** (sommelier per l'enoteca Burbulio Vynine ed esperto di marketing sul mercato lituano) il quale ci riferisce: "È importante essere presenti qui sul mercato in quanto il richiamo dell'Italia e dei suoi prodotti è molto sentito. Non solo: **è importante anche cercare e diversificare i canali di sbocco**, dal momento che in affiancamento ai canali tradizionali ci sono tanti codici di accisa aperti all'importazione in canali minori."

Il secondo giorno, invece, è stato contraddistinto da un ingente numero di visitatori e di masterclass che hanno favorito la formazione e la presentazione dei prodotti ai consumatori finali. L'ultimo giorno di fiera è stato anche un **momento utile per raccogliere le testimonianze degli espositori italiani presenti**, i quali si sono detti contenti di aver avuto una visione diretta sul mercato e di aver maturato alcuni contatti di lavoro prospect. I partecipanti all'evento hanno suggerito di aumentare gli investimenti e di attirare più operatori B2B, oltre a suddividere la fiera in momenti dedicati ai business meeting e momenti dedicati al

pubblico finale. Non sono quindi mancate testimonianze contrastanti.

Riassumendo, riportiamo di seguito i percepiti positivi e negativi sulla fiera e sul mercato:

Pro

- Mercato giovane, curioso e interessato a scoprire nuovi vini.
- Nonostante i consumatori siano ancora da educare in ambito cultura del vino, essi condizionano molto le scelte di acquisto del settore horeca.
- Vantaggi “first mover” su questi mercati non saturi ed ancora poco esplorati dal vino italiano.
- Presenza in fiera con stand proprio di importatori, grossisti, ristoranti ed enoteche.
- Organizzazione fieristica di Vyno Klubas molto disponibile e ricettiva durante i giorni di preparazione.

Contro

- Disposizione differente rispetto al passato degli stand in fiera (questa volta suddivisa su due piani) che ha penalizzato le relazioni commerciali.
- La severa legislazione lituana che impone limitazioni sia all'uso di alcolici che alla pubblicità dei prodotti, sfavorendo così la diffusione dei brand online ed offline.
- Pochi investimenti da parte dell'organizzazione per ampliare il target di operatori b2b.
- Non sono previsti momenti o spazi dedicati ai business meeting, ma viene posta più attenzione al consumatore finale.

- Richiamo della fiera solo sul mercato di Vilnius e poche presenze da altre città lituane.

