



# Il successo del vino toscano al BuyWine

*Ottava edizione del B2B alla Fortezza da Basso oggi e domani: più di 21 mila le preferenze di appuntamento espresse da 215 produttori e 190 buyer*

Firenze, 9 febbraio 2018 – Continua il grande successo di **Buy Wine, ottava edizione della più importante iniziativa B2B per il settore vitivinicolo** realizzata da Regione Toscana con la collaborazione di PromoFirenze, azienda speciale della Camera di Commercio di Firenze.

215 produttori toscani, di cui 69 biologiche e biodinamiche, che presenteranno vini appartenenti a oltre 50 denominazioni e 190 buyer provenienti da 40 Paesi si incontrano il **9 e 10 febbraio al Padiglione Spadolini della Fortezza da Basso** di Firenze, dove sono previsti oltre 5mila meeting commerciali.

All'evento business, seguiranno **sei diversi educational tour** di due giornate che porteranno i buyer direttamente in 14 territori di produzione, per approfondirne la conoscenza e scoprire tutte le caratteristiche dei territori e dei prodotti, grazie alla collaborazione dei consorzi di tutela locali.

Le fasi che hanno preceduto l'evento hanno dimostrato un grande attivismo da parte degli operatori partecipanti: **oltre 21 mila sono state le like** (preferenze di appuntamento) espresse reciprocamente dai seller toscani e dai buyer internazionali.

Grazie a questo, le agende degli incontri sulla quale si articolano le due giornate di trattative, hanno raggiunto **un altissimo livello di perfect matching** (oltre il 63%), mai ottenuto prima.

Questa edizione di Buy Wine poggia sulle solide basi delle precedenti e presenta anche la new entry del **Concours Mondial de Bruxelles**: un'iniziativa a cui possono partecipare le aziende a condizioni favorevoli (per maggiori informazioni <http://www.concoursmondial.com/it/>).

L'efficacia dell'evento è notificata anche dall'interesse scientifico che vi ha posto l'Università di Pisa per **uno studio sul modello commerciale** finalizzato a qualificare e quantificare i trend di mercato del settore vitivinicolo toscano.

I primi risultati dello studio e delle indagini lanciate mostrano che:

- Il 50% delle aziende intervistate dichiara di aver incrementato le vendite grazie alla partecipazione a Buy Wine. La maggior parte di queste (40%) dichiara di aver





avuto un incremento delle vendite inferiore al 10% e la restante parte un incremento superiore al 10%. Da una prima analisi, sono state osservate relazioni statisticamente significative con il livello di istruzione agricola, il fatturato e la presenza sui mercati esteri già prima della partecipazione a Buy Wine.

- Oltre il 30% delle aziende intervistate dichiara che la partecipazione a Buy Wine ha permesso di consolidare le esportazioni nei Paesi nei quali era già presente. Circa un terzo di queste aziende hanno aumentato le vendite per un valore inferiore al 10%, mentre i due terzi ha dichiarato di aver osservato un incremento superiore al 10%. Mentre va sottolineato che il 5% delle aziende osserva incrementi superiori al 25%. Da una prima analisi statistica, sono state osservate relazioni significative tra la capacità di consolidamento delle vendite sui mercati esteri e una buona conoscenza della lingua inglese; il livello di istruzione agricola e l'esperienza maturata al Buy Wine.
- Oltre il 51% degli intervistati ha dichiarato che la partecipazione a Buy Wine ha consentito di penetrare in nuovi mercati. I Paesi nei quali si sono osservati maggiori attività sono: USA, Canada, Cina, Singapore, Brasile, Giappone, Danimarca, Repubblica Ceca e Olanda.

In sintesi, Buy Wine concorre sensibilmente a un **innalzamento della capacità contrattuale delle aziende vitivinicole toscane** e a una maggiore penetrazione e differenziazione dei mercati esteri, con un incremento dei valori di export.

**Il turnover dei buyer** è parte integrante delle logiche regionali, in modo da favorire l'entrata in Toscana di nuovi operatori sui mercati esteri. Un dato confermato dal fatto che i buyer che non conoscevano la regione prima dell'evento, grazie alla loro presenza a Buy Wine, hanno iniziato a "comprare Toscana", concludendo importanti trattative di business con le aziende incontrate e, a seguire, con altre realtà del territorio di cui sono venuti a conoscenza.

Un vantaggio competitivo e un riflesso sui mercati esteri che Buy Wine e la Toscana possono vantare rispetto alle altre fiere classiche del settore vitivinicolo e che consolida la **posizione di leadership nel panorama degli eventi B2B a livello internazionale**.

**Con preghiera di pubblicazione**

