

ENOGASTRONOMIA /

Buywine, le sfide del mercato globale per il vino made in Tuscany

In Fortezza da Basso in due giorni 3mila incontri e 23mila assaggi per aziende e produttori del territorio: 160 i buyers da 39 paesi esteri. Giani e Saccardi: “Traino per l’export”



/ **Raffaella Galamini**

10 FEBBRAIO 2023



Buy Wine Toscana 2023 - © Ilaria Costanzo

La **Pitti del vino toscano**, così l’ha definita il presidente della Regione Toscana **Eugenio Giani**. Buywine è l’appuntamento dedicato ai **buyers di tutto il mondo** che precede le **anteprime di Toscana**. Si apre così la settimana dedicata ai vini toscani nel segno di una crescente attenzione per l’ambiente.

Due giorni di incontri, **venerdì 11 e sabato 12 febbraio**, tra aziende del territorio e compratori esteri, **23mila assaggi** in programma in Fortezza da Basso (padiglione Spadolini) per la vetrina internazionale del **vino Made in Tuscany**. Qui ogni anno si incontrano domanda e offerta a Firenze.

comunicazione, l'ufficio stampa e i social sono curati da **Fondazione Sistema Toscana**.



L'inaugurazione di Buywine 2023 - © Paolo Lo Debole

Il vino toscano traina l'export

*“Le etichette toscane crescono e trainano l'export – ha detto il presidente **Eugenio Giani** – Il vino toscano è fondato sulla qualità, qualsiasi sia il vitigno che lo anima. Penso al Sangiovese nell'interno, ma anche a vini più recenti che devono il loro pregio alla Costa toscana. La Regione sta facendo squadra intorno al vino toscano e affrontiamo bene la concorrenza internazionale, come dimostra la forza delle nostre etichette e la presenza dei compratori di tutto il mondo”.*

Tutti i numeri di Buywine

Sono **39 i paesi** rappresentati quest'anno da 160 buyers: l'edizione 2023 segna il ritorno dell'Asia e registra un interesse sempre maggiore da parte del Sud America. Oltre **3000 gli incontri** e 23mila gli assaggi. Ben **47 le denominazioni** toscane, **230 le aziende** selezionate tramite bando regionale. All'assaggio **1400 etichette** che i produttori hanno caricato nel catalogo online visibile ai buyer.

Proprio al catalogo online i compratori possono vedere i dati tecnici di ogni referenza e scegliere in maniera più consapevole quale produttore incontrare. Una svolta tecnologica che ha reso ancora più efficace la pianificazione degli incontri commerciali e la selezione dei vini.

mondiale, il trend vede crescere **i vini meno zuccherini**.

Tre contatti su 4 diventano contratti

La vice presidente **Stefania Saccardi** ha sottolineato come la manifestazione “*ogni anno cresce un po’ di più grazie anche all’ottimo format, ‘inventato’ a causa del Covid ma che si rivela vincente perché crea ordine e dà l’opportunità di fare contrattazioni e degustazioni in modo tranquillo. Quasi il 75 per cento dei contatti– ha spiegato la vice presidente facendo riferimento ai dati della passata edizione– si trasforma in contratti che è una cosa molto importante per aziende come quelle che noi ospitiamo che sono anche aziende medio piccole che non sempre hanno la possibilità di incontrare mercati internazionali rilevanti”.*



Buy Wine Toscana 2023 – © Ilaria Costanzo

L’attenzione per bio e sostenibilità

Dai primi numeri di questa edizione di BuyWine emerge una sempre maggiore attenzione all’ambiente: su **230 seller** ben 115 producono vino bio.

Transizione non apprezzata da tutti: molti buyers provenienti dal Sudamerica e dall’Asia, ad eccezione del Giappone, considerano **il vino bio troppo costoso** e di conseguenza poco attrattivo per i propri clienti in patria.

Il packaging “pesa” sempre di più: le aziende cercano di limitare i costi (attraverso **vetro light**) e l’impatto (ad esempio utilizzando **carta riciclata**). Le stesse etichette mutano, diventando più contemporanee nello stile e nel tipo di informazioni riportate, adatte a un consumatore più giovane e spesso nativo digitale.

Il **Canada** porta a BuyWine una delle delegazioni più numerose insieme a quella degli Stati Uniti. Il **Monopolio Canadese** del Québec ha in programma una visita in Toscana in primavera.

Si confermano **mercati di riferimento** Paesi scandinavi, Svizzera e UK, dopo il lungo stop del Covid ma si affacciano nuovamente a Firenze i compratori dall'Oriente: Giappone, Singapore, Hong Kong, Corea del Sud e Thailandia.

Si registra un aumento di interesse per il vino toscano **in America Latina**, soprattutto nella fascia più alta: presenti tra gli altri buyer provenienti da Argentina, Messico, Colombia, Brasile.



Buy Wine Toscana 2023 - © Ilaria Costanzo

Firenze e Siena le province più presenti

I produttori arrivano da tutte le province toscane, anche se a fare la parte del leone sono **Firenze e Siena**, rispettivamente con 79 e 69 aziende. Segue **Grosseto** con 34.

Il **passaggio generazionale** segna il passo tra le aziende: si punta su competenze complementari, di management, per rendere la propria azienda competitiva.

Per i viticoltori toscani BuyWine si conferma fondamentale per poter consolidare i rapporti con **i mercati "storici"** e tessere **nuove relazioni commerciali** con mercati finora poco esplorati. La giusta vetrina per chi è interessato ai vini toscani.