

Camera di Commercio

07167

07167

Gli accordi commerciali volano buyer e venditori soddisfatti Manetti: “Grazie all’algoritmo gli incontri sono un successo”

di Luca Serranò

Salvini: “Una straordinaria occasione di business”

«I numeri sono in costante crescendo, così come cresce il gradimento di venditori e compratori. È un modello importante che certifica la qualità toscana, che offre un punto di incontro preziosissimo a tutte le parti in causa, con grande sicurezza sul risultato finale». Cifre da grandi occasioni la tredicesima edizione di BuyWine, da domani alla Fortezza da Basso di Firenze, kermesse che nel corso degli anni si è trasformata in una delle più ricercate vetrine internazionali del vino. Massimo Manetti, presidente di PromoFirenze che organizza l’evento insieme a Fondazione Sistema Toscana, sottolinea il trend in continua evoluzione della manifestazione fiorentina, che quest’anno prevede oltre 3.000 incontri e 23 mila degustazioni, con oltre 1.400 etichette in vendita. «L’edizione 2023 ospiterà 230 cantine, il 15% in più di quella passata – commenta ancora – Quarantaset-

te denominazioni toscane presenti tra Doc, Docg, Igt e Bio, 160 buyer contro i 100 di un anno fa, 39 delegazioni tra cui le più numerose da Stati Uniti, Canada, Svizzera e dai paesi scandinavi». Dopo le difficoltà legate alla pandemia, viene spiegato, è atteso il ritorno di compratori provenienti Giappone, Singapore, Corea sud e Thailandia. Tra le chiavi del successo, secondo il presidente di PromoFirenze, il catalogo online “agganciato” a un algoritmo. «È un modo sofisticato per avvicinare domanda e offerta – commenta – Quando i buyer vanno sul portale e mettono un like sul prodotto, viene automaticamente creato il calendario di incontri. In sostanza l’incontro tra acquirenti e compratori avviene dopo questa fase, dunque dopo una valutazione preliminare, con tutti i vantaggi del caso».

L’edizione 2023 di Buywine abbraccia tra gli altri il tema della tutela ambientale: su 230 seller, 115 producono vino bio, mentre molti buyer cercano vini naturali. I produttori arrivano da tutte le province toscane, con Firenze e Siena le più rappresentate. Quan-

to ai risultati, Manetti è sicuro: «Ogni sei mesi facciamo dei report sull’edizione precedente, proprio per monitorare l’impatto sui rapporti commerciali, e abbiamo constatato che nel 2022 le trattative si sono protratte dopo l’evento nell’85% dei casi, mentre nel 74% il rapporto commerciale è andato a buon fine. C’è poi il dato del gradimento dei buyer e venditori, il 98% ha espresso soddisfazione». Secondo Manetti, infine, Buywine deve il successo «all’esperienza maturata in questi anni dai ragazzi di PromoFirenze, che in tutto questo tempo hanno lavorato per migliorare sempre, anche riguardo la profilazione dei buyer, che parte 3-4 mesi prima evento». Un aspetto, quest’ultimo, su cui si sofferma anche Giuseppe Salvini, segretario generale della Camera di Commercio di Firenze: «BuyWine si conferma un appuntamento irrinunciabile per le eccellenze vitivinicole toscane. Quest’anno partecipano oltre 230 produttori, che incontrano 160 buyer provenienti da 39 Paesi, profilati e preselezionati nei mesi precedenti: una straordinaria occasione di business per le nostre imprese».



Superficie 37 %