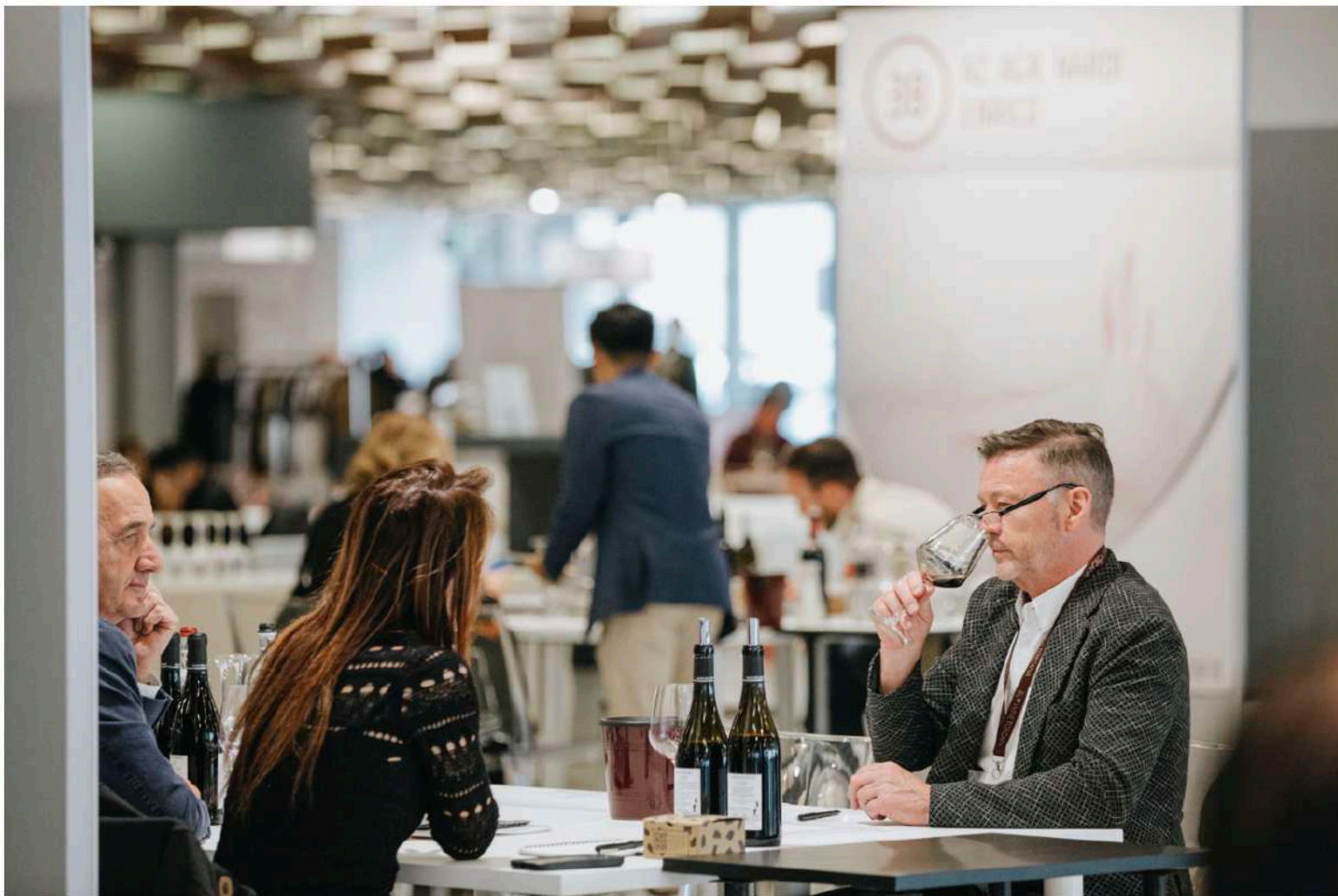


ENOGASTRONOMIA /

BuyWine Toscana cala il sipario, ma gli affari continuano: 4mila incontri, attivate trattative per tre milioni di euro

Alla Fortezza da Basso di Firenze si chiude una due giorni da record. 240 produttori hanno incontrato 193 buyer internazionali provenienti da 40 Paesi: il 94,7% ha avviato rapporti di business



Buy Wine 2024 - ph Ilaria Costanzo-4442

Più di 4mila incontri diretti tra operatori e aziende e la stragrande maggioranza di loro, il 94,7%, ha avviato trattative commerciali che si stima possano superare i tre milioni di euro. Sono i numeri che caratterizzano la quattordicesima edizione di **BuyWine Toscana 2024**, la più grande vetrina BtoB del vino toscane che si chiude a Firenze, promossa da Regione Toscana insieme a Camera di Commercio di Firenze e organizzata da PromoFirenze, con la collaborazione di Fondazione Sistema Toscana.



Buy Wine 2024 - ph Ilaria Costanzo

Nelle giornate del 10 e 11 aprile presso la Fortezza da Basso di Firenze, 240 produttori, di cui un terzo biologici e biodinamici, hanno incontrato 193 buyer internazionali provenienti da 40 paesi. **L'edizione 2024** ha visto il ritorno importante dei mercati asiatici, tra cui la Cina, oltre a nutrite delegazioni di compratori dai mercati classici e cioè da USA, Canada ed Europa. Particolare interesse anche verso il Sud America e l'India da parte dei produttori toscani che hanno portato in Fortezza ben 1.500 etichette di 51 denominazioni in degustazione.

Una vetrina internazionale per una produzione di 38 milioni di bottiglie

Quest'anno la produzione vitivinicola toscana rappresentata a BuyWine è stata di oltre 38 milioni di bottiglie annuali. Il 72% dei seller presenti in Fortezza hanno, infatti, una produzione fino a 100.000 bottiglie all'anno.



Le sessioni preparatorie iniziate nei mesi scorsi, sono state affrontate con grande attivismo da parte degli operatori. Il meccanismo di **matchmaking**, basato su una piattaforma informativa alimentata dai dati delle profilazioni effettuate dagli operatori, dai follow-up raccolti, oltre che dalle preferenze espresse da buyer e seller (ben 17.000), ha così generato le agende appuntamenti, con una percentuale di compatibilità superiore al 75%.

La soddisfazione espressa da buyer e seller sugli incontri effettuati è stata superiore al 92%. Inoltre, i buyer hanno valutato i vini appropriati ai propri mercati per l'83,6%, rafforzando le ottime aspettative già emerse nelle fasi precedenti all'evento e le prospettive concrete di commercializzazione nei propri paesi.

