

LA VOCE DI LUCCA

il libero pensiero



Home Attualità ▾ Politica ▾ Degrado Cultura ▾ Spettacolo ▾ Sport ▾ In Provincia ▾ Le rubriche ▾ Q

0 commenti 📅 07/02/2025 12:59

CHIUDE CON SUCCESSO BUYWINE TOSCANA 2025 - La 15°/a edizione che si è tenuta al Lucca Polo Fiere



CHIUDE CON SUCCESSO BUYWINE TOSCANA 2025: IL 90% HA CONFERMATO DI POTER SVILUPPARE POSITIVAMENTE LE TRATTATIVE AVVIATE

La 15°/a edizione che si è tenuta al Lucca Polo Fiere il 5 e 6 febbraio ha registrato numeri record di scambi e soddisfazione da parte di buyer e seller

Lucca, 7 febbraio 2025 – Nel 90% dei casi venditori e compratori hanno confermato un'alta aspettativa nella possibilità di sviluppare le trattative avviate. Un dato che racconta il successo della 15/a edizione di BuyWine Toscana, vetrina BtoB dedicata ai buyer internazionali promossa da Regione Toscana, in collaborazione con la Camera di Commercio di Firenze, organizzata da PromoFirenze e con il coordinamento della comunicazione, ufficio stampa e social curati da Fondazione Sistema Toscana.

La due giorni, che si è tenuta il 5 e il 6 febbraio al **Lucca Polo Fiere**, ha visto darsi appuntamento **210 produttori toscani** selezionati tramite bando regionale - di cui 96 biologici – con **164 buyer provenienti da 37 diversi Paesi**. La manifestazione ha registrato oltre **4.000 incontri BtoB**, più di **20.000 degustazioni** sulle **1.400 etichette** e **50 denominazioni** presenti.

La produzione vitivinicola toscana rappresentata a BuyWine Toscana 2025 – composta da grandi e piccoli produttori - **supera i 45 milioni di bottiglie annue**. Un numero complessivamente ragguardevole sebbene la manifestazione confermi la sua vocazione di **offrire opportunità di business** e di apertura verso nuovi mercati ai **produttori medio-piccoli** della regione: il 70,4% dei seller partecipanti, infatti, produce fino a 500.000 bottiglie l'anno.

Questa edizione ha confermato la presenza di mercati consolidati per il vino toscano, come **Canada, Stati Uniti ed Europa Centrale**, insieme al significativo ritorno dei **Paesi asiatici**, guidati da **Cina e Vietnam**, e a una forte rappresentanza del **Sud America**, con **Brasile, Colombia, Argentina, Perù ed Ecuador**.

Il successo del format della manifestazione si fonda su un'accurata selezione dei buyer, gestita da PromoFirenze ed attraverso la profilazione preventiva delle aziende seller partecipanti che, unita all'efficiente organizzazione garantita dagli enti promotori, registra il gradimento quasi unanime dei partecipanti. Le settimane precedenti l'evento sono state caratterizzate da un forte impegno da parte degli operatori, con oltre 16.000 preferenze di incontro espresse da seller e buyer, confermando l'accuratezza dell'organizzazione e l'attenzione alla qualità dei buyer richiesta dalla Regione, gettando le basi per il successo dell'iniziativa. Il **sistema di matchmaking** è basato su una piattaforma evoluta che ha generato agende di appuntamenti basati sulle preferenze reciproche. Un chiaro indicatore della "voglia di trovarsi" da parte dei partecipanti e di fare incontri efficaci. Infatti, BuyWine Toscana, per la sua caratteristica di evento BtoB, coinvolge intensamente le parti che arrivano alle due giornate di incontri con le informazioni necessarie per avviare un confronto produttivo e mirato. Un altro elemento importante emerso dai questionari raccolti al termine dell'evento riguarda la corrispondenza tra il prezzo offerto dai seller e la fascia ricercata dai buyer: nell'85% dei casi entrambe le parti hanno affermato di aver trovato un **equilibrio soddisfacente**.

Tra le iniziative organizzate per l'accoglienza dei buyer, c'è stato grande apprezzamento per la Networking Dinner presso il Real Collegio di Lucca, il 5 sera, alla presenza delle aziende toscane, che è stata inoltre l'occasione per la presentazione da parte della **Manifattura del Sigaro Toscano** della lavorazione del pregiato sigaro, in abbinamento alla degustazione di una selezione di vin santo toscani a cura del **Concours Mondial de Bruxelles**. La giornata seguente si è conclusa, dopo una visita della città organizzata dal **Comune di Lucca**, con l'aperitivo di chiusura a Palazzo Tucci con i vini offerti dal **Consorzio dei vini delle Colline Lucchesi e dal Consorzio dei vini DOC Montecarlo**.

WINE TOUR. Dopo gli incontri commerciali al Lucca Polo Fiere, molti buyer hanno scelto di partecipare a uno degli **otto specifici Wine Tour**, per visitare il territorio di origine dei vini, approfondendo così la loro conoscenza del prodotto. Nel dettaglio, quattro sono stati organizzati dalla **Camera di Commercio di Firenze** con la collaborazione dei **Consorzi Chianti Classico, Chianti Colli Fiorentini, Chianti Rufina, IGT Toscana**, tutti dedicati alla zona fiorentina; la **Camera di Commercio Toscana Nord Ovest** presente con tre diversi itinerari tra **le aziende di Lucca, Massa e Pisa** e la **Camera di Commercio di Pistoia Prato** con un tour tra **Carmignano** e la zona dei vivai.

Redazione

Mi piace



Foto:

Nessun file selezionato