Solo Italiano - Great Wines: è boom per i vini italiani in Russia

img-0583-4c55aac3

Torna Solo Italiano - Simply Italian Great Wines, il tour di IEM (International Exhibition Management) dedicato alla diffusione e promozione del prodotto vitivinicolo italiano in Russia, che quest'anno toccherà, in occasione della sua quarta edizione, le città di Mosca (16 giugno) e San Pietroburgo (18 giugno).

IMG_0545Il mercato russo del vino è considerato dagli esperti del settore come uno dei più dinamici e ampi degli ultimi anni, con ulteriori buoni margini di crescita per il futuro. Secondo una ricerca di Wine Intelligence, infatti, il numero di bevitori assidui di vino estero in questo Paese è notevolmente cresciuto negli ultimi due anni: se nel 2012 solo il 29% degli intervistati dichiarava di bere abitualmente (almeno due volte a settimana) vino importato, nel 2014 la percentuale passa addirittura al 40%. Andamento ulteriormente rafforzato dalle analisi dell'istituto Canadean, il quale stima un tasso di crescita annuo dell'industria del vino per il periodo 2012-2017 del 2,8% in valore e dell'1,8% in volume.

La terra degli Zar, in particolare, trova nell'Italia uno dei primi Paesi di riferimento nelle importazioni. Mosca ha infatti più volte dimostrato un crescente interesse nei confronti del nostro prodotto che, dal 2008, ha conosciuto una fortissima accelerazione con un aumento dell'84% nei volumi esportati e di quasi il 90% a valore. A trainare la crescita sono stati soprattutto i vini fermi imbottigliati che negli ultimi cinque anni hanno conosciuto una vera esplosione, triplicando i volumi e raggiungendo i 28,7 milioni di litri nel 2013. Ma un importantissimo contributo è stato dato, negli anni più recenti, anche dagli spumanti, che hanno incrementato la loro presenza in Russia del 28,7% a volume e +53,1% a valore nel 2013.

«I primi due mesi del 2014 mostrano ulteriori segnali positivi per le nostre esportazioni - spiega Marina Nedic, managing director di IEM - con un aumento complessivo del 14,2% in valore e del 10,2% in volume, crescita determinata in modo particolare dagli imbottigliati, che hanno segnato un aumento di

quasi 14 punti percentuali nel prezzo medio, a dimostrazione della netta predilezione dei russi per il vino di qualità».

Con queste premesse IEM, insieme con l'Istituto Grandi Marchi, il Consorzio del Vino Brunello di Montalcino, il Consorzio del Vino Chianti, U.Vi.Ve. (Unione Consorzio Vini Veneti Doc), è pronta a portare in Russia oltre 90 aziende provenienti da tutta Italia con un programma ricchissimo. L'appuntamento quindi è a Mosca, il 16 giugno, e a San Pietroburgo il 18 giugno, dove opinion leader, distributori, retailer, ristoratori, stampa e importatori locali verranno accompagnati e guidati, attraverso seminari e walk-around tasting, alla scoperta delle più pregiate produzioni vinicole italiane.

Quattro i seminari in programma: il primo ad aprire questa nuova edizione di Solo Italiano sarà quello organizzato da U.VI.VE - Unione Vini Veneti dal titolo "Veneto, terre di eccellenze"; seguirà il Consorzio del Vino Brunello di Montalcino che porterà gli interlocutori alla scoperta della tradizione e della particolarità che contraddistinguono questo territorio toscano con una doppia edizione, sia a Mosca che a San Pietroburgo; terzo seminario quello dell'Istituto Grandi Marchi, "10 Grandi Marchi per 10 anni di storia", che celebra proprio in questo territorio non solo 10 anni di costituzione dell'Istituto ma anche 10 anni di presenza costante e crescente in Russia; infine il seminario Simple, importatore di spicco per questo mercato. Altrettanto articolati gli incontri B2B che coinvolgeranno oltre quaranta importatori sapientemente selezionati in quanto maggiormente rappresentativi dei Paesi dell'est Europa: Lituania, Lettonia, Estonia, Polonia, Ucraina, Armenia, Bielorussia e Russia.

IEM (International Exhibition Management), nasce nel 1999, dalla volontà dei due soci fondatori, Giancarlo Voglino e Marina Nedic, di mettere a frutto l'esperienza e il know how maturati a livello internazionale nei campi della comunicazione, del marketing e dell'organizzazione fieristica. Da oltre dieci anni IEM è protagonista sui mercati internazionali nella promozione del vino italiano ed è riconosciuta per la professionalità con cui opera e l'alta qualità dei propri eventi sia dai produttori italiani che dagli operatori commerciali, giornalisti ed esperti di settore dei vari mercati. Dal 2007 la IEM ha costituito la sua filiale negli Usa, la I.E.E.M., con base a Miami luogo ideale per la promozione del Made in Italy nel continente americano. Gli eventi Simply Italian rappresentano una valida opportunità per il settore agroalimentare Made in Italy di farsi conoscere all'estero. La struttura della loro organizzazione, basata su workshop commerciali e correlata ad altri tipi di eventi quali seminari, degustazioni guidate, conferenze stampa e cene promozionali, rende questi eventi un proficuo luogo di incontro tra i produttori italiani e gli operatori locali, senza dimenticare stampa, opinion leader e wine lover.