vinetur

Las marcas privadas de vino movieron casi 200.000 millones de dólares en 2021

WBWE USA da el primer paso para posicionarse como la feria de vino a granel y marcas privadas de Estados Unidos. Tras 13 años posicionada como la principal feria del mundo para el negocio del vino, WBWE USA ha iniciado su camino en Estados Unidos logrando atraer a algunos de los importadores más importantes del país.

viernes 10 de junio de 2022



Casi un centenar de bodegas representadas de nueve países (España, Italia, Francia, Argentina, Chile, Australia, Portugal, Canadá y, por supuesto, Estados Unidos) han participado de esta primera incursión de la WBWE en Estados Unidos.

Un primer paso para empezar a consolidarse como el gran encuentro para los productores internacionales que quieran operar en este mercado.

Tras 13 años posicionada como la principal feria del mundo para el negocio del vino, WBWE USA ha iniciado su camino en Estados Unidos logrando atraer a algunos de los importadores más importantes del país.

Representantes de las empresas más relevantes han visitado estos días WBWE USA: GALLO, CONSTELLATION, DELICATO, CIATTI, O'NEILL VINTERS & DESTILLERS, FIRSTLEAF, SCOTTO CELLARS, NAKED WINES o VINTAGE WINE ESTATES, entre otras.

El sector de las marcas privadas de vino tiene un enorme potencial en Estados Unidos, llegando a mover 199 mil millones de dólares en 2021. En esta primera edición de la feria, se ha constatado que los empresarios de marcas privadas buscan perfiles muy variados en el mercado internacional. La feria ha recibido la visita de compradores en busca de vinos para latas, para nuevas marcas de lineal de supermercado e incluso para marcas de celebrities.



El reto de Estados Unidos

Estados Unidos se ha posicionado como el mercado más atractivo para el comercio de vinos. Por este motivo la WBWE lleva años trabajando para crear la mejor feria posible para este mercado, tras 13 años consolidada en Ámsterdam y con otro evento en China.

El mercado de Estados Unidos es atractivo y complejo, por eso, las bodegas que comiencen a trabajar su vía de entrada cuanto antes tendrán más posibilidades de encontrar una oportunidad en el futuro.

El objetivo de la WBWE a medio plazo es ofrecer el mejor foro para que tanto productores internacionales como compradores americanos encuentren su match perfecto.



En palabras de su CEO, Otilia Romero de Condes, "nuestro objetivo a medio plazo es convertirnos en la herramienta fundamental para que los empresarios encuentren de forma ágil y eficiente los perfiles de vino perfectos para sus ideas de negocio. Y que nuestros clientes, las bodegas, puedan mejorar sus márgenes de beneficio y posicionar sus productos en un mercado que valora los vinos a granel de calidad. Este año hemos dado el primer paso. Grandes nombres de la industria han visitado la feria y hemos tenido una altísima calidad de visitantes en un evento que es 100% profesional. Ahora debemos trabajar para seguir atrayendo visitantes y dando a conocer el evento de cara al año que viene".