vinetur

WBWE USA da el primer paso para posicionarse en el mercado americano

martes 14 de junio de 2022



Bodegas de nueve países (España, Italia, Francia, Argentina, Chile, Australia, Portugal, Canada 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 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. Entre ellos representantes de empresas como GALLO, CONSTELLATION, 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.

DEBATE Y TENDENCIAS

El programa de conferencias reunió a algunos de los expertos del sector más reconocidos de USA y congregó a un amplio número de profesionales de todo el país.

Se debatieron tendencias, cifras y las claves actuales del sector y se dio el primer paso para crear uno de los foros más relevantes de toda la costa Oeste:

"*Por primera vez en la historia contamos con una generación en la que las mujeres están bebiendo más vino que los hombres y, de hecho, mi expectativa es que se siga orientando aún más hacia las mujeres.*" *Paul Wagner, Asesor vitivinícola.*

"*Las calorías del vino tienen importancia, y el cliente debería observarlas de la misma forma que mira las calorías de los alimentos.*" *Rob McMillan, EVP/Fundador, Sonoma Valley Bank Wine Division*

"*Nuestro trabajo en Barefoot ha sido tratar de que nuestro cabernet del año pasado sepa igual que el de este año y el de hace tres años, queremos mantener un estándar para nuestros clientes y que encuentren siempre lo que vienen buscando en Barefoot.*" *Michael Houlihan, Co-fundador, Barefoot.*

"No recuerdo ningún Congreso en el que hubiese visto a tantísimos excelentes ponentes. Hay que felicitar al equipo organizador porque la feria salió a la perfección, con muy pocos problemas, y entre los operadores se percibe el entusiasmo; soy muy consciente de que esto no sucede sin más, sino que hay muchísimo trabajo detrás para lograr un evento tan exitoso como éste". Bennett Caplan, Jefe de secretaría, FIVS

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, que es 100% profesional. Ahora debemos trabajar para seguir atrayendo visitantes y dando a conocer el evento de cara al año que viene".