

LITUANIA

Nota di Settore **Vino**

A cura di

dr.ssa Anna Bakajeva, dr.ssa Laima Janciute e dr.ssa Irina Vitkovskaja

L'Istituto nazionale per il Commercio Estero, con la propria rete di Uffici nel mondo e con le attività di promozione e di assistenza, costituisce un osservatorio sui mercati internazionali al servizio delle imprese italiane.

La presente pubblicazione rientra nel programma editoriale dell'Istituto - collana "INDAGINI/PROFILI - PRODOTTO/MERCATO" - ed è stata realizzata dall'Ufficio ICE di Varsavia

Il programma editoriale è curato dall'Area Prodotti Informativi - Editoria Elettronica.

Novembre 2010

INDICE

Quadro Macroeconomico del Paese.....	3
Definizione del settore (v.d. 2204)	5
Valutazione del mercato	5
Concorrenza e posizionamento dell'Italia	7
Sistema distributivo.....	8
Previsioni del mercato.....	9
Media e manifestazioni	10

Per ulteriori chiarimenti sul settore presentato in questa Nota si contatti:

ICE atstovybė Vilniuje

Universiteto g. 4, LT-01122 Vilnius

T +370.52123744 F +370.52123449

vilnius@ice.it www.ice.it

Quadro Macroeconomico del Paese

Principali indicatori macroeconomici

	2006	2007	2008	2009	2010
Media della popolazione (migliaia)	3384.9	3366.4	3349.9	3338.7	3254.6
Tasso di disoccupazione (%)	5.6	4.3	5.8	13.7	17.8 ⁴
Tasso d'inflazione annuale rispetto al periodo precedente (var. %)	4.5	8.1	8.5	1.3	0.5 ³
Media reddito lordo degli occupati (in LTL.)	1495.7	1802.4	2151.7	2056.0	2081.8
Media reddito netto degli occupati (in LTL.)	1092.9	1351.9	1650.9	1602.0	1614.22
Indice del reddito reale degli occupati (%)	114.9	117.0	110.1	92.8	93.1
Media delle pensioni di vecchiaia (in LTL.)	477	595	770	811	747.00 ⁵
Indice della produzione agricola lorda a prezzi costanti (%)	87.1	116.7	105.2	101.8	98.5 ⁵
Indice di produzione industriale (IVA ed accise escluse) a prezzi costanti (%)	106.5	102.4	105.5	85.4	108.1 ⁶
Indice del lavoro autonomo svolto all'interno del Paese a prezzi correnti (%)	121.6	122.7	103.7	52.1	
Indice del giro d'affari (IVA esclusa) nelle imprese di commercio al dettaglio, vendita di autoveicoli e motoveicoli, loro manutenzione e riparazione, vendita al dettaglio di carburanti (%)	123.5	125.6	103.5	54.7	117.3 ⁷
Esportazioni beni e servizi (in mld. di LTL.)	38.9	43.2	55.5	40.7	23.7 ⁵
Importazioni beni e servizi (in mld. di LTL.)	53.3	61.5	73.0	45.1	26.5
Saldo bilancia commerciale (in mld. di LTL.)	-14.4	-18.3	-17.5	-4.4	-2.9 ⁵
Stock di investimenti diretti dall'estero (in mln. di LTL.)	28924.6	35503.9	32040.4	33695.9	32741.0 ⁵
PIL a prezzi correnti (in mln. di LTL.)	82793	98669	111190	91526	69314 ⁴
Variazione del PIL (%)	7.8	9.8	2.8	-14.7 ²	
PIL pro-capite a prezzi correnti (in LTL.)	24393	29230	33111	27656 [*]	

Fonte: Istituto Nazionale di Statistica lituano

² Dato non definitivo

³ Dato riferito ad ottobre 2010

⁴ Dato riferito al 3° trimestre 2010

⁵ Dato riferito al 2° trimestre 2010

⁶ Dato riferito a settembre 2010

⁷ Dato riferito ad agosto 2010

La Lituania è la più grande delle tre Repubbliche baltiche e, per la sua posizione geografica, costituisce un ponte naturale verso un mercato più vasto, che include Bielorussia, Polonia orientale, Lettonia, Estonia e Russia. Secondo i più recenti dati dell'Istituto Nazionale di Statistica lituano (maggio 2010) la popolazione ammonta a 3.310.700 unità, in diminuzione dello 0,9%.

In Lituania per parecchi anni la crescita economica è stata poderosa con un aumento medio annuo del PIL del 7,4% nel periodo 2001-2008. Tuttavia gli squilibri interni e esterni accumulati durante questa fase hanno condotto ad una inversione del ciclo, a partire dal 2008, iniziata con una contrazione della domanda interna. All'inversione del ciclo si è aggiunta la crisi finanziaria globale, provocando lo scoppio delle bolle immobiliare, finanziaria ed il credito e al crollo della domanda esterna ed interna, quest'ultima sia pubblica che privata.

A causa dei tagli ai salari (-4,4%) nei settori pubblici e privati, della riduzione dei benefit sociali, dell'aumento delle tasse indirette nel 2009, delle restrizioni sul credito, il reddito disponibile delle famiglie si è ridotto notevolmente. La disoccupazione nel 2009 ha raggiunto il tasso del 13,9%.

Si prevede una ripresa dell'economia solo a medio termine, anche se il Governo nel 2010:

- punta sull'incremento delle esportazioni per uscire dalla crisi;
- ha già introdotto delle misure correttive di natura fiscale, perseguendo il contenimento del deficit statale e l'avvio di riforme strutturali (quali la riforma del sistema pensionistico).

Le statistiche relative al IV trimestre 2009 indicano che l'agricoltura ha inciso per il 4,4% del PIL, scendendo dal 12% del 1995; si tratta in ogni caso di una percentuale che è ben al di sopra della media europea del 2%. L'agricoltura lituana si propone oggi come settore meritevole di un certo interesse, grazie alle consolidate tradizioni agricole ed al buon livello dei suoi operatori. Il suolo arato corrisponde tuttavia a solo il 47% circa della superficie totale della Lituania; vengono prodotti grano, orzo, segale, avena, patate, barbabietole da zucchero, colza, lino, frutta e ortaggi.

Il settore dei servizi, invece, è passato dal 40% del PIL del 1992 al 68,9% dell'ultimo dato disponibile (2009). Il restante 26,7% è il contributo del settore industriale alla formazione del PIL. Il 75% dell'attività economica ha luogo nella sfera del settore privato.

L'asse portante della struttura produttiva del Paese è costituito dalle industrie alimentari, da quelle per la lavorazione del legno e da quelle tessili, mentre il settore più dinamico è quello dei servizi, ambito nel quale una delle voci più importanti è costituita dal commercio di transito, soprattutto di prodotti petroliferi da e verso l'enclave russa di Kaliningrad.

~~~~~

Dal 1 maggio 2004, ovvero del momento dell'ingresso nella UE, il mercato lituano rientra nel mercato unico europeo, pertanto:

- lo scambio con l'Italia è libero e regolato dalle normative intracomunitarie (in parole povere: non ci sono frontiere doganali), incluse quelle sull'IVA
- I rapporti di import/export con Paesi terzi (extracomunitari), inclusi quindi codici merceologici, dazi, procedure doganali, magazzini doganali, misure antidumping, trattamento attivo/passivo della merce, ecc., sono regolati dalle stesse direttive UE che valgono in Italia

- Per quanto concerne certificazioni/omologazioni, ecc., la regola fondamentale è quella che vale in tutti i Paesi UE: se per un settore, o – meglio – un gruppo merceologico esiste la normativa UE (EN) vigente, allora valgono le regole comunitarie simboleggiate dal marchio CE; altrimenti valgono le normative locali.

Il tasso di cambio è stato fissato, a partire dal 2 febbraio 2002, a € 1 = LTL 3,4528.

---

### **Definizione del settore (v.d. 2204)**

---

Per comprendere appieno il mercato lituano del vino è necessario sottolineare alcune peculiari caratteristiche relative ai diversi tipi di vino prodotti e commercializzati in Lituania dove vengono chiamate “vynas” anche bevande alcoliche non a base di uva, come di seguito descritto:

1. vini d'uva, ottenuti a seguito della fermentazione alcolica dell'uva o del mosto, di gradazione alcolica dall'8,5% al 18%,
2. vini a base di frutta, ottenuti a seguito della fermentazione alcolica di frutta a granella, a bacche, di pomacee o dei rispettivi succhi, di gradazione alcolica dal 9% al 18%,
3. idromeli, ottenuti a seguito della fermentazione alcolica di una soluzione acquosa di miele naturale, di gradazione alcolica dal 9% al 18%,
4. bevande vino-derivate (con una percentuale di vino), ottenute a seguito della fermentazione alcolica totale o parziale di succhi di frutta o di mosto.

Per “produzione dei vini a base d'uva”, in ragione della mancanza di materia prima di provenienza locale, si intende in Lituania l'imbottigliamento del vino sfuso d'importazione.

---

### **Valutazione del mercato**

---

Il valore del mercato lituano degli alcolici nel 2007 ha raggiunto 4,8 miliardi di Litas (circa € 1,39 miliardi) ed è cresciuto in valore di oltre il 17% rispetto al 2006, mentre in quantità è aumentato, ad un ritmo inferiore, con un incremento di poco superiore al 7%, raggiungendo i 419 milioni di litri.

Nel 2008 la quantità dei vini ed altre bevande fermentate vendute ha raggiunto i 62,72 mln di litri (-3,6% rispetto all' anno precedente). Però sono aumentate le importazioni di vino e di bevande alcoliche nonché le esportazioni di tutti gli alcolici.

Nel 2008 è diminuita sia la produzione locale che la relativa vendita. Tale declino è dovuto all'aumento delle accise in vigore dal 1° gennaio 2008 (un ulteriore aumento è in vigore dal 1 gennaio 2009, vedasi sotto). Detto incremento dell'imposta ha inciso anche sui prezzi finali di vendita al dettaglio dei prodotti del settore: il prezzo medio delle bevande alcoliche in genere è aumentato del 12,6 % (quello della vodka, ad esempio, del 19,4 %), invece quello del vino del 10,1%.

La quota dei vini nel mercato lituano è in rapida crescita e negli ultimi anni si nota che la domanda del mercato degli alcolici si è diretta maggiormente verso i prodotti con concentrazione di alcol più bassa, dimostrando che i gusti e le tradizioni lituane si sono notevolmente modificati. Si nota altresì una tendenza verso un crescente consumo di prodotti di migliore qualità e di produzione estera.

Secondo stime recenti si valuta che in Lituania il mercato degli alcolici in valore nel periodo 2007-2012 continuerà a crescere ad un ritmo superiore a quello in volume. Proiezioni riguardanti il volume complessivo del mercato degli alcolici indicano un ritmo di incremento annuo medio del 4% nel periodo indicato e nel 2012 esso dovrebbe raggiungere i 465 milioni di litri.

## Importazioni

Tolta una modesta produzione locale (vedasi sopra) per la maggior parte il vino presente sul mercato viene importato, tramite società lituane ed estere, che operano anche con filiali locali.

Il valore complessivo dell'import lituano di vini nel 2007 ha raggiunto quasi € 30 milioni, con una crescita di oltre il 30% rispetto al 2006 e di oltre il 63% rispetto al 2005.

Tale trend si è rafforzato nel 2008 con un valore complessivo dell'import di vini superiore ai € 57 milioni, con un incremento di circa il 92% rispetto all' anno precedente.

Nel 2009 tale tendenza espansiva è rallentata ed è stata raggiunta una crescita pari solo al 6,5% con un valore complessivo dell'import lituano di vini superiore ai € 60 milioni. Nonostante il fatto che nel 2009 non si sia registrata la crescita degli anni scorsi, data la concomitante situazione congiunturale, la sopra riportata statistica sottintende una performance assolutamente positiva, in controtendenza rispetto all'import di altri prodotti alimentari, a dimostrazione che la domanda di vini va consolidandosi.

Tali tendenze mostrano che il mercato del vino in Lituania è in forte evoluzione e presenta dei margini di crescita notevoli (vedi tabella seguente), come confermato dai dati dei primi mesi del 2010.

## Lituania – importazioni enologiche, principali Paesi fornitori in migliaia di €

| PAESE         | 2006           | 2007           | 2008           | 2009           | 9 mesi 2010    |
|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Italia        | 3725.5         | 6784.6         | 13344.2        | 10603.1        | 13239.1        |
| Francia       | 5258,3         | 5542.4         | 18193.1        | 21202.5        | 22785.2        |
| Spagna        | 3621,0         | 4699.7         | 6274.5         | 10960.9        | 10755.3        |
| Danimarca     | 1497,0         | 2266.3         | 4187.4         | 3561.2         | 2575.7         |
| Germania      | 1492,7         | 2011.5         | 5791.9         | 5452.6         | 3457.1         |
| Lettonia      | 1251,4         | 1931.3         | 1054.6         | 672.5          | 199.5          |
| Cile          | 1341,5         | 1826.3         | 2305.1         | 1954.6         | 1796.5         |
| Ungheria      | 1181,4         | 1328.9         | 1732.9         | 2376.7         | 1617.2         |
| Bulgaria      | 1529,5         | 805.8          | 668.6          | 552.5          | 528.8          |
| Moldova       | 507,5          | 528.8          | 333.6          | 608.7          | 600.9          |
| <b>Totale</b> | <b>22894.5</b> | <b>29863.7</b> | <b>57317.9</b> | <b>61146.7</b> | <b>60540.1</b> |

Il prezzo a bottiglia (0,75 lt) del vino importato sul mercato lituano varia nei punti vendita da 3,24 € a 167,00 €. Su tale prezzo incide l'imposta indiretta (**I'accisa**), che per ettolitro di vino prodotto da uva fresca dal 1 gennaio 2009 ammonta a:

- sul vino con concentrazione di alcol non superiore a 8,5% - 53 Lt (15,35 Eur);
- sugli altri vini -198 Lt (57,34 Eur).



Va anche accennato che un importatore lituano per la commercializzazione di vini ed altre bevande alcoliche ha bisogno di autorizzazioni particolari. Il vino può essere importato soltanto da un distributore registrato, come più sotto specificato, che attesta il pagamento dell'accisa presso l'Agenzia delle Entrate/Ispettorato Fiscale competente, attraverso le banderuole. Solitamente l'importatore/distributore incolla le banderuole sulle bottiglie presso i magazzini accise o altri magazzini autorizzati (ad esempio depositi doganali) presenti sul territorio lituano, ai sensi delle norme vigenti. Inoltre le banderuole possono essere incollate presso i magazzini accise presenti in altri Stati UE. Il produttore di vino deve consegnare con la merce oltre alla fattura, il documento ADT (Documento Amministrativo Accompagnatorio) destinato al trasporto dei prodotti con accisa.

### Concorrenza e posizionamento dell'Italia

Per quanto riguarda i principali fornitori del mercato lituano, l'Italia si era affermata nel 2007 (dopo il 2° posto nel 2006 ed il 3° nel 2005) quale principale fornitore con una quota del 22,7%, mentre la Francia aveva perso terreno (in valore) scendendo ad una quota del 18,6% (20,6% nel 2005 e 23,0% nel 2006), divenendo così il 2° fornitore. Nel 2008 però l'Italia è slittata nuovamente al 2° posto con una quota del 23,3%, arrivando al 3° posto nel 2009 (17,30%). Nello stesso periodo è soprattutto migliorata la quota dei vini francesi, pari al 31,7% in valore dei vini importati. La Spagna è andata ad attestarsi stabilmente in terza posizione durante gli anni 2006-2008 fino a superare, seppur di poco, l'Italia quale 2° fornitore nel 2009, dopo aver visto ridursi la propria quota dal 21,6% nel 2005 al 10,9% nel 2008. Comunque la quota dell'Italia è sensibilmente cresciuta negli anni 2006-2007-2008, dopo un periodo di stagnazione, (in valore di quasi 5 volte), e dopo la contro performance del 2009, pare destinata a raggiungere un proprio massimo storico in valore nel 2010.

I principali Paesi competitori dell'Italia risultano quindi stabilmente essere la Francia e la Spagna. Complessivamente i tre paesi nell'ultimo quadriennio hanno stabilmente fornito quasi 2/3 dell'import dell'import enologico lituano, con un picco di oltre 3/4 dell'import in valore nei primi nove mesi del 2010. Questo testimonia la preferenza accordata dal consumatore lituano a vini provenienti dai principali e tradizionali Paesi produttori della vecchia Europa.

#### Lituania – importazioni enologiche, quote in valore dei principali Paesi fornitori

| PAESE            | 2005   | 2006   | 2007   | 2008   | 2009    | I-IX 2010 |
|------------------|--------|--------|--------|--------|---------|-----------|
| <b>Italia</b>    | 13,6%  | 16,3%  | 22,7%  | 23,3%  | 17,30%  | 21,90%    |
| <b>Francia</b>   | 20,6%  | 23,0%  | 18,6%  | 31,7%  | 34,70%  | 37,60%    |
| <b>Spagna</b>    | 21,6%  | 15,8%  | 15,7%  | 10,9%  | 17,90%  | 17,70%    |
| <b>Danimarca</b> | 3,4%   | 6,5%   | 7,6%   | 7,3%   | 5,80%   | 4,30%     |
| <b>Germania</b>  | 7,9%   | 6,5%   | 6,7%   | 10,1%  | 8,90%   | 5,70%     |
| <b>Lettonia</b>  | 2,3%   | 5,5%   | 6,5%   | 1,8%   | 1,10%   | 0,30%     |
| <b>Cile</b>      | 4,5%   | 5,9%   | 6,1%   | 4,0%   | 3,20%   | 3,00%     |
| <b>Ungheria</b>  | 7,2%   | 5,2%   | 4,5%   | 3,0%   | 3,90%   | 2,70%     |
| <b>Bulgaria</b>  | 10,0%  | 6,7%   | 2,7%   | 1,2%   | 0,90%   | 0,90%     |
| <b>Moldova</b>   | 2,0%   | 2,2%   | 1,8%   | 0,6%   | 1,00%   | 1,00%     |
| <b>altri</b>     | 6,9%   | 6,5%   | 7,1%   | 6,0%   | 5,30%   | 4,90%     |
| <b>Totale</b>    | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,00% | 100,00%   |

Da notare inoltre come abbiano perduto terreno fornitori quali la Bulgaria e l'Ungheria, mentre la presenza di paesi quali Danimarca, Germania e Lettonia è da ricondurre al fatto che si tratta di paesi di transito dell'import enologico. Performance interessanti hanno altri nuovi paesi produttori, Cile in testa, che si affermano anche grazie a politiche di marketing particolarmente aggressive, per cui tra i consumatori aumenta l'interesse verso i vini provenienti dal cosiddetto 'Nuovo Mondo'. Un fenomeno questo comunque meno evidente che in altri paesi della regione.

---

## **Sistema distributivo**

---

Per quanto riguarda la distribuzione essa è curata da diversi importatori forniti di un assortimento vario, che spazia dai vini a basso costo ai vini pregiati; alcuni importatori hanno avviato strategie commerciali dirette ad "educare" il consumatore locale. A tal fine gli importatori di vini hanno cominciato ad aprire punti vendita specializzati in vini, attraverso i quali immettono sul mercato vini di qualità superiori a quelli offerti dalla GDO e dove inoltre è disponibile il supporto qualificato del personale addetto alla vendita per guidare il cliente nella scelta del prodotto desiderato.

Gli importatori minori, non disponendo di sufficienti mezzi finanziari per adeguate campagne pubblicitarie, spesso soffrono la concorrenza delle aziende più strutturate, le quali riescono a piazzare sul mercato vino di qualità inferiore ad un prezzo addirittura più alto. Però gli importatori più piccoli, essendo in grado di trattare volumi minori d'importazione sono in grado di offrire prodotti di nicchia, che vengono sempre più inseriti tra le loro referenze anche dalla GDO.

Negli ultimi anni nelle principali città lituane diventano sempre più numerose anche le enoteche/wine bars.

Inoltre, i distributori utilizzano sempre più, in linea con molti dettaglianti, anche l'e-commerce per raggiungere il consumatore finale.

In Lituania circa un centinaio di aziende dispongono della licenza per il commercio all'ingrosso degli alcolici (necessaria per l'import di vino dagli stati UE). Le dieci maggiori, tra cui "Bennet Distributors", "Mineraliniai vandenys", "Liviko", "Siauliu tara", "Sanitex", "Filipopolis", "Eugesta" e "Amka", veicolano più del 50% dell'intero import di vino in Lituania.

## **Presenza di eventuali barriere all'entrata**

In Lituania per il commercio all'ingrosso dei prodotti enologici occorre una licenza che viene rilasciata a tempo indeterminato.

Le aziende in possesso delle licenze per la produzione dei prodotti enologici possono naturalmente commercializzare all'ingrosso la propria produzione.

Per il commercio al dettaglio del vino occorre un'apposita licenza di durata indeterminata rilasciata dalla competente autorità comunale.

Il Governo centrale lituano od un'Istituzione da esso autorizzata, quale il Servizio Statale di controllo di tabacco e alcolici con sede in Vilnius ([www.vtakt.lt](http://www.vtakt.lt)), regolano il controllo e il rilascio delle licenze sulla base della legge no. IX-2052 del 9 marzo 2004 (entrata in vigore



il 1° maggio 2004, contemporaneamente all'ingresso nella UE) e dei requisiti dettati dall'Unione Europea.

Per ottenere la licenza per l'importazione di alcolici occorre seguire un iter burocratico, al termine del quale, ottenuta la licenza da una Istituzione autorizzata dal Governo della Lituania, si possono importare i vini.

In ogni caso, l'adesione della Lituania all'UE ha influenzato positivamente il settore vinicolo che è quindi destinato a crescere. Oltretutto il fatto che non si applichino più dazi doganali per i prodotti importati dall'UE, che sia diminuito il carico di lavoro amministrativo (la compilazione dei diversi documenti) e che praticamente non vi siano tasse significative per il rilascio delle licenze, ecc., hanno determinato una diminuzione del prezzo del vino per il consumatore finale stimata mediamente intorno al 5-10%.

---

## **Previsioni del mercato**

---

Si osserva negli ultimi anni un cambiamento dinamico del consumo di alcool ricalcato su modelli europeo-occidentali. Si stima che nel 2011 il lituano medio consumerà 150 litri di bevande alcoliche all'anno, rispetto a 119 litri nel 2006.

Durante gli ultimi due decenni l'assortimento di bevande alcoliche, sia di produzione lituana che importate, presenti sul mercato si è notevolmente ampliato. Nel periodo estivo i lituani prediligono birra e sidro, nei mesi freddi preferiscono il vino. Secondo gli esperti, la rapida crescita del consumo di sidro, cocktails e vino testimonia un cambiamento dei gusti dei consumatori che sempre più preferiscono le bevande a minor tasso alcolico.

Tra i prodotti ricercati dal consumatore lituano, soprattutto dalla classe media e dalle persone benestanti, cominciano a prevalere i vini secchi. Sta cambiando inoltre la scelta di vini dolci e di spumanti, in quanto ultimamente la domanda si indirizza verso prodotti di qualità più elevata. La cultura del bere a tavola vini di qualità sta vivendo un forte sviluppo, soprattutto nelle grandi città.

In generale un criterio importante nella scelta del vino da parte del consumatore continua ad essere il prezzo. Il prezzo medio che viene praticato nei punti vendita dalla GDO è di circa 10,00 €, con una concentrazione di circa l'80% del venduto nella fascia di prezzo fino a 5,00 €.

## **Grado di conoscenza del prodotto fra i consumatori**

Il grado di conoscenza dei vini fra i consumatori lituani si sta, come detto, evolvendo assai rapidamente negli anni recenti. Il consumatore è sempre più istruito ed esigente, cominciando ad intendersi della marcatura dei vini sia italiana (DOC, DOCG, IGT) sia degli altri paesi di provenienza e delle peculiarità dei prodotti dai vari territori produttivi. Si svolgono corsi per sommelier e corsi specializzati sui vini sia per i professionisti sia per gli appassionati, si organizzano numerose degustazioni educative nonché viaggi enogastronomici.

## **Considerazioni sul mercato**

Il mercato dell'alcol in Lituania risulta in costante espansione, a fronte di abitudini al consumo da parte dei lituani che – come detto - si avvicinano progressivamente a quelle

degli europei occidentali. I produttori esteri sono molto aggressivi in Lituania e si assiste ormai ad una frequenza elevatissima di attività promozionali. L'attuale crisi avrà sicuramente influenza sui consumi, ma non certo sulla tendenza a sostituire le bevande a più elevato tasso alcolico (leggi vodka) con quelle a minor tasso alcolico (birra e vino).

### **Possibilità di acquisire nuove quote di mercato o di allargare la quota già posseduta**

Affiancandosi alle campagne educative e promozionali sui consumi di vino, esistono opportunità sia di inserimento e acquisizione di nuove quote di mercato, sia di incremento di quelle eventualmente già possedute.

### **Suggerimenti sulla strategia commerciale da adottare**

Le attività di promozione sul mercato del vino dovrebbero essere diversificate e puntare sul gradevole gusto del vino, sulla valorizzazione del vino di qualità, sulla sua combinazione con le pietanze e su un assortimento sempre più ampio dei vini in offerta. Dovranno essere avviate campagne di informazione atte a promuovere l'immagine del vino non solo come bevanda, ma quale parte integrante e coronamento dei pasti. Il lancio dei vini sul mercato dovrà essere realizzato utilizzando due canali: le grandi reti commerciali ed i locali negozi al dettaglio. Con questi ultimi, che possono promuovere capillarmente il prodotto, è indispensabile l'instaurazione di contatti diretti, oltre ad assicurare la presenza costante della merce nei magazzini all'ingrosso.

---

## **Media e manifestazioni**

---

### **a) media**

|                   |                                                                                                             |
|-------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| titolo testata    | Vyno zurnalas<br><i>Rivista dei vini</i>                                                                    |
| Periodicità       | Semestrale                                                                                                  |
| tiratura          | 2.500                                                                                                       |
| target e tematica | Importatori, distributori, grossisti, catene di negozi, settore Horeca, cultura enogastronomia              |
| sito              | <a href="http://www.vynozurnalas.lt">www.vynozurnalas.lt</a>                                                |
| titolo testata    | Geras skonis<br><i>Buon gusto</i>                                                                           |
| Periodicità       | Bimensile                                                                                                   |
| tiratura          | 10.000                                                                                                      |
| target e tematica | Importatori, distributori, grossisti, catene di negozi, settore Horeca, cultura enogastronomica, life style |
| sito              | <a href="http://www.skonis.lt">www.skonis.lt</a>                                                            |
| titolo testata    | Restoranu verslas<br><i>Business della ristorazione</i>                                                     |



|                   |                                                                                                                    |
|-------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Periodicità       | Trimestrale                                                                                                        |
| tiratura          | 3.300                                                                                                              |
| target e tematica | Importatori, distributori, grossisti, catene di negozi, settore Horeca, cultura enogastronomica                    |
| sito              | <a href="http://www.meniu.lt">www.meniu.lt</a>                                                                     |
| titolo testata    | Gurmano gidas<br><i>Guida al gourmet</i>                                                                           |
| Periodicità       | bimensile                                                                                                          |
| tiratura          | 6.000                                                                                                              |
| target e tematica | Importatori, distributori, grossisti, catene di negozi, professionisti del settore Horeca, cultura enogastronomica |
| sito              | <a href="http://www.sanitex.eu">www.sanitex.eu</a>                                                                 |

#### **b) principali fiere del settore**

|                                 |                                                         |
|---------------------------------|---------------------------------------------------------|
| nome fiera                      | Agrobalt                                                |
| luogo                           | Vilnius                                                 |
| periodicità e prossima edizione | biennale, aprile-maggio 2012                            |
| descrizione profilo             | Prodotti alimentari, gastronomia e industria alimentare |
| sito                            | <a href="http://www.agrobalt.lt">www.agrobalt.lt</a>    |

|                                 |                                                    |
|---------------------------------|----------------------------------------------------|
| nome fiera                      | BAF (Baltic Food and Beverages Fair)               |
| luogo                           | Vilnius                                            |
| periodicità e prossima edizione | biennale, novembre 2012                            |
| descrizione profilo             | Prodotti alimentari e gastronomia                  |
| sito                            | <a href="http://www.litexpo.lt">www.litexpo.lt</a> |

|                                 |                                                          |
|---------------------------------|----------------------------------------------------------|
| nome fiera                      | Vyno dienos<br><i>Giorni del vino</i>                    |
| luogo                           | Vilnius                                                  |
| periodicità e prossima edizione | annuale, maggio 2011                                     |
| descrizione profilo             | Salone del vino                                          |
| sito                            | <a href="http://www.vynodienos.lt">www.vynodienos.lt</a> |