FENAVIN acoge el Observatorio Español del Mercado del Vino

Desde el área de Actividades de la Organización de FENAVIN se está acabando de completar un extenso programa de catas y ponencias que serán de sumo interés para los compradores y expertos del sector que acudan a la XII edición de la Feria Nacional del Vino, que tendrá lugar en Ciudad Real del 9 al 11 de mayo.

Será el caso de las dos ponencias que va a desarrollar el Observatorio Español del Mercado del Vino (OeMV), que de mano de su Director General, Rafael del Rey, regresa a FENAVIN para trasladar datos y sabiduría sobre el sector.

La primera de las Ponencias, 'Turismo y Vino. Cómo convertir a nuestros turistas en clientes´, tendrá lugar el día 9 en el Aula 6 (planta alta) del Pabellón Homero. En ella, con Del Rey como moderador, se hablará sobre por qué España, pese a ser una de las mayores potencias mundiales tanto en vino, como en turismo y gastronomía, no termina de sacar todo el partido posible en ventas.

Más allá del enoturismo, que ha llegado a superar los 3 millones de visitas en bodegas y museos del vino, España recibe a más de 80 millones de visitantes extranjeros que comen, beben y disfrutan de nuestro país, convirtiéndose en uno de los pocos países del mundo con esta capacidad de acogida. Sin embargo, existe el reto de cómo convertir a estos visitantes en clientes de nuestros productos, y especialmente de vino, para que con las modernas técnicas de distribución actuales y superadas las trabas fiscales, administrativas y logísticas, puedan comprar vinos españoles para enviarlos a sus domicilios en el extranjero.

Sobre si puede hacer y qué hace falta para conseguirlo, el OeMV, de mano de expertos y experimentados profesionales de la materia, tratará en FENAVIN de dar las claves para lograrlo.

De otro lado, a través de la Ponencia 'El Vino Español en el Mundo: Mercados y Retos de las Bodegas Españolas´, que se desarrollará el 10 de mayo en el mismo aula 6 (planta alta) del Pabellón Homero, se hará un análisis sobre la realidad de evolución de los mercados internacionales del vino, tratando de deducir los principales retos a los que se enfrentan las bodegas españolas, con el objetivo fundamental de mejorar su valor e imagen.

Aunque no necesite presentación, el OeMV supone la mejor fuente de estudios e información del sector desde sus inicios en 2008. Sus objetivos son promover, impulsar y apoyar el conocimiento de los mercados nacional e internacionales del vino y los productos vitivinícolas, en todos sus ámbitos y canales, incluyendo especificidades relativas a distribución y consumidores.