

# Ethica Wines accelera con il progetto Green Dragon per il mercato Asia Pacific

scritto da Redazione Wine Meridian | 27 Gennaio 2025



*Ethica Wines presenta Green Dragon, un progetto innovativo per rafforzare il vino italiano in Asia Pacific. Con un investimento iniziale di 5 milioni di dollari, l'azienda punta su una logistica avanzata, team dedicati e strategie di marketing personalizzate. Obiettivo: raddoppiare la quota di mercato entro il 2029, superando le sfide della frammentazione e delle barriere culturali del mercato asiatico.*

A quasi dieci anni dalla sua nascita, **Ethica Wines** mette un nuovo e importante tassello per affermare e consolidare la propria mission: **diffondere nel mondo la cultura del vino italiano** ponendosi come **partner operativo globale** per le aziende. Il **progetto Green Dragon** costituisce un'opportunità

unica per le cantine italiane di espandere la propria presenza e incrementare la notorietà dei propri brand nei mercati asiatici, grazie a un partner in grado di occuparsi a **360° di ogni aspetto** attraverso un sistema che integra **trade marketing**, promozione e vendita, logistica e amministrazione, garantendo ai produttori italiani un **vantaggio competitivo sostenibile a lungo termine**.

“Questo progetto nasce da un’evoluzione del pensiero originario che ha portato nel 2016 alla creazione di **Ethica Wines** – spiega **Francesco Ganz**, CEO di Ethica Wines – e costituisce oggi un **cambio di paradigma nel mondo del vino**: per dieci anni abbiamo portato e raccontato nel mondo il prezioso patrimonio enologico italiano in tutte le sue sfaccettature, valorizzando territori, vitigni, storie imprenditoriali e saper fare. Un importante lavoro di semina durato un decennio che ci ha portato ad affermarci come **partner competente e affidabile** e ora siamo pronti a infondere una nuova accelerazione al vino italiano in **Asia Pacific**.”

Con il progetto **Green Dragon**, Ethica Wines si propone di offrire ai produttori italiani un efficace ed efficiente **“route to market”** per tutti i mercati dell’area Asia Pacific attraverso un **modello integrato** che possa risolvere le sfide dei prossimi anni sviluppando strategie di **sellout**. La visione strategica che ha portato alla definizione del progetto parte dalla creazione e sviluppo di una **società indipendente** con sede operativa a **Bangkok** e interamente dedicata ai mercati APAC, in grado di garantire un **approccio strutturato** e coordinare su tutta l’area la commercializzazione dei prodotti in portafoglio, superando così l’attuale modello distributivo **frammentato e poco trasparente**.

L’investimento iniziale messo a budget da Ethica Wines per la costituzione e l’avvio della nuova società è di **5 milioni di dollari USA**.

“Abbiamo l’obiettivo di **raddoppiare la nostra quota di mercato entro il 2029** – continua Francesco Ganz – e dove altri vedono ostacoli, noi vediamo opportunità; abbiamo identificato nelle criticità dell’Asia Pacific l’occasione per creare un’organizzazione eccezionalmente competitiva: una logistica complessa che determina per il mercato **scorte irregolari e lentezza operativa**; un sistema distributivo non organizzato e frammentato responsabile di **prezzi incoerenti** a discapito della profittabilità e del corretto posizionamento del brand; infine, **barriere culturali**. Tutte difficoltà che **Ethica Wines Asia Pacific** sarà in grado di superare e trasformare in **vantaggi competitivi** grazie a un’organizzazione completa in tutti i reparti, **100% Apac-centric** con sede a Bangkok e una **rete capillare di Resident Sales Manager**.”

## **Il piano d’azione previsto da Green Dragon prevede quindi:**

- un’**ottimizzazione della catena di distribuzione** grazie alla creazione di magazzini dedicati (a **Livorno** e **Bangkok**) e l’introduzione di soluzioni logistiche **DDP (Delivered Duty Paid)** per un miglior controllo dei prezzi, maggiore velocità nei rifornimenti, e creazione di valore per tutta la filiera;
- il potenziamento del **team di vendita** con l’espansione dagli attuali cinque a dieci **Sales Manager** e la creazione di un **team altamente qualificato** che opererà dagli uffici di Bangkok;
- l’implementazione di modelli **multicanale**;
- un importante lavoro di **marketing** finalizzato alla tutela dei brand distribuiti attraverso l’allineamento di **posizionamento e prezzi**, e promozioni personalizzate e attività ad alto valore aggiunto specifiche per ogni mercato.

“Le nostre radici sono forti e ora possiamo accelerare sull’espansione in **Asia Pacific** – continua Francesco Ganz – dove il mercato ci dimostra che c’è un **potenziale inespresso** che possiamo intercettare. Un potenziale che scaturisce da una quota di mercato dei vini italiani relativamente esigua che possiamo e vogliamo far crescere velocemente, e da un’analisi dei **trend di consumo** che sono positivi per il **made in Italy**. Ethica Wines ha ampiamente dimostrato in **North America** di avere delle ottime capacità di **brand building** e di conoscere i mercati.”

## **Gli obiettivi del piano strategico quinquennale sono molto chiari:**

- nel **2025** sono previsti il **lancio della NewCo** e l’**apertura del magazzino** in Southeast Asia;
- nel quadriennio **2026-2029**, il **raddoppio della quota di mercato**.

L’analisi del mercato asiatico (secondo gli ultimi dati forniti da **IWSR – International Wine and Spirits Record** – e relativi a fine 2023) delinea, infatti, un **potenziale molto elevato di crescita** per il vino italiano che al momento occupa una quota pari al **6%** contro il **12%** di vini francesi, il **29%** dei prodotti australiani e il **53%** costituito da altri paesi produttori (Cile e Spagna in pole position).

---

## **Punti chiave**

1. **Green Dragon rafforza il posizionamento del vino italiano in Asia Pacific.**
2. **Investimento iniziale di 5 milioni di dollari per una nuova sede a Bangkok.**

3. **Logistica innovativa e modelli multicanale** per ottimizzare la distribuzione.
4. **Obiettivo:** raddoppiare la quota di mercato entro il 2029.
5. **Marketing mirato** per valorizzare i brand italiani e superare le sfide locali.