Il vino italiano cresce in Giappone (+18,4%): adesso serve promozione unitaria

scritto da Redazione Wine Meridian | 21 Febbraio 2023



Accelerare sulla promozione integrata e di sistema per efficientare la promozione del vino italiano in Giappone evitando frammentazione e dispersione di risorse. È l'unità di intenti emersa oggi a Tokyo nella penultima tappa del Road show globale realizzato da Veronafiere-Vinitaly in collaborazione con Ice Agenzia e con la partecipazione unitaria dei principali player istituzionali del nostro Paese nel Sol Levante: l'Ambasciata d'Italia a Tokyo, la Camera di Commercio italiana in Giappone e il supporto della Fondazione Italia Giappone, il presidio culturale e relazionale fondato nel 1999 dal nostro ministero degli Esteri.

“Stiamo gettando le basi per un progetto di promozione del vino italiano in Giappone a medio e lungo termine, con Vinitaly che conferma il ruolo di brand collettivo su scala globale – ha dichiarato il **presidente di Veronafiere, Federico Bricolo** davanti a una platea di oltre 50 top buyer, stakeholder del vino e rappresentanti istituzionali –. Questa campagna straordinaria, fortemente voluta dalla nuova governance della Spa fieristica, punta non solo al potenziamento dell’incoming già dalla prossima 55^ edizione di Vinitaly, dal 2 al 5 aprile, ma a realizzare un efficace programma di promozione unitaria a favore del vino italiano”.

Per **Gianluigi Benedetti, Ambasciatore d’Italia in Giappone, nel sottolineare il ruolo centrale della manifestazione di punta di Veronafiere nella valorizzazione e promozione del vino italiano ha ribadito che:** “In questo momento è fondamentale creare sinergie in uno spirito di sistema Paese. La presenza in questa tappa di Vinitaly dell’Ambasciata, di Ice Agenzia, della Camera di Commercio insieme al sistema fieristico italiano rappresentato da Veronafiere è un segno evidente della determinazione di fare bene e di lavorare insieme a sostegno del tessuto produttivo italiano”.

Presidio costante e alleanze di sistema sono le parole d’ordine anche per **Ice Agenzia, partner di Vinitaly** nell’organizzazione del Roadshow straordinario messo in campo negli ultimi due mesi da Veronafiere in 9 Paesi di tre Continenti, America, Europa e Asia.

Per **Erica Di Giovancarlo, direttrice della sede Ice Agenzia di Tokyo**: “Siamo da sempre al fianco di Veronafiere e, in particolare, di Vinitaly. Gli operatori giapponesi amano il vino italiano, amano l’Italia e amano Verona. Credo che tutte le iniziative Ice, realizzate nel settore dei vini, possano essere fatte in collaborazione con Vinitaly. **Questo aiuterebbe ad aumentare la potenza dell’Italia** perché solo ragionando come sistema si riesce a battere la concorrenza”.

Sul fronte dei dati annunciati nel corso della presentazione del prossimo Vinitaly già al completo, **si registra una chiusura d'anno molto positiva per il vino italiano in Giappone**, con una crescita in volume a +18,4% nel 2022, esattamente il doppio rispetto al totale delle importazioni di vino dal Sol Levante (+9,2%).

Secondo l'Osservatorio Uiv-Vinitaly, la performance italiana nel 6° mercato importatore al mondo (nel 2021 Tokyo ha scavalcato Pechino nel ranking mondiale), è particolarmente positiva sia nelle importazioni di vini fermi imbottigliati – in particolare rossi – che hanno chiuso a 165 milioni di euro (+25%) che per gli spumanti, a +26% (44 milioni di euro il controvalore). Il totale import di vino italiano in Giappone chiude così il 2022 con un valore complessivo di 278 milioni di euro, al **2° posto tra i Paesi fornitori dietro a una Francia che da sola supera la soglia di 1 miliardo di euro di ordini dal Sol levante.**

"L'Italia è il secondo esportatore al mondo di vini ma questo primato non è confermato in Asia, dove altri Paesi riescono a vendere quantità maggiori, nonostante una varietà e un rapporto qualità-prezzo generalmente inferiori a quello dei vini italiani – ha commentato il **presidente della Camera di Commercio Italiana in Giappone, Rosario Pedicini** -. I produttori italiani sono spesso troppo piccoli per approcciare da soli mercati complessi come quelli asiatici e il sistema Italia, di cui la Camera di Commercio italiana in Giappone è parte attiva, è al fianco dei produttori per migliorare il posizionamento in Giappone".

Il Roadshow targato Vinitaly si chiuderà dopodomani, 23 febbraio, in Corea del Sud.