

Il Soave punta al cuore dell'horeca giapponese

scritto da Agnese Ceschi | 15 Luglio 2015



Soave Style

ソアーヴェ・スタイル

バイザグラス
By the Glass キャンペーン 2015

イタリアを代表するスタイリッシュな白ワイン、それがソアーヴェワインです。
ソアーヴェワイン“By the Glassキャンペーン”でおいしいソアーヴェワインをグラスでもっとお気軽に。

2015年 7月1日(水)～8月16日(日)

www.soavestyle.jp


SOAVE
CONSORZIO TUTELA
ilsoave.com

お問い合わせ: Embassy of Italy - Trade Promotion Office イタリア大使館 貿易促進部 TEL.03-3475-1401 (代) |  EC産地第1388/13に基づく販賣によるキャンペーン 

Era un matrimonio annunciato gi da tempo, quello tra il vino italiano e il Giappone. L'ascesa del vino del Belpaese, a spese dei pi conosciuti cugini francesi, avvenuta gradualmente negli ultimi 15 anni, con la progressiva affermazione della moda

dell'Italian style, ma la strada da percorrere ancora molta in termini di formazione sulla cultura del vino italiano. Questo sicuramente il momento migliore per il vino italiano in Giappone, le importazioni di vino dal Belpaese hanno infatti segnato un +12% nel 2014, ma il consumatore ha bisogno di familiarizzare ancora molto con le varietà di vino e i diversi terroir. Per fare questo le aziende italiane che vogliano entrare in questo difficile mercato sono chiamate ad azioni promozionali mirate.

Soave by the glass

A nostro avviso il Consorzio del Soave sulla buona strada, con "Soave by the glass", un evento reso possibile dalla collaborazione del Consorzio con l'ICE, l'Istituto per il Commercio Estero, e con l'agenzia di comunicazione WellCom. Assaggi, incontri e formazione saranno i tre pilastri di "Soave by the glass", la campagna promozionale ideata per il Giappone in programma dal primo luglio al 16 di agosto, che coinvolgerà oltre 150 tra ristoranti, locali ed enoteche. Ad oggi ci sono 10.000 ristoranti italiani in Giappone (60% a Tokyo) di cui il 99% sono gestiti da giapponesi. Il vino italiano si sposa bene con la cucina giapponese. L'abbinamento cibo e vino aiuta sicuramente la promozione, perché il territorio del Giappone simile all'Italia, con una distribuzione di mare, terra e montagna. Le materie prime per cucinare e i prodotti di base sono paragonabili: verdure, pesce, riso e cereali.

Degustazioni, seminari formativi e una concorso che premia i ristoranti più Soave-friendly

Nei ristoranti aderenti all'iniziativa si terranno incontri dedicati agli operatori, seminari formativi e degustazioni guidate, con il Soave declinato in tutte le sue forme, secondo l'origine, lo stile e i valori che da sempre lo contraddistinguono. "Soave by the glass" inoltre premierà anche quest'anno i due locali giapponesi che avranno stappato più bottiglie di Soave. Ai due vincitori verrà offerta una

settimana di ospitalità nelle terre del Soave alla scoperta del *wine park* più studiato d'Italia oltre alla possibilità di partecipare ad eventi quali la presentazione della nuova annata o la Festa del Vino. "Con questa operazione spiega Arturo Stocchetti presidente del Consorzio del Soave si riconferma un'importante azione di valorizzazione e di promozione del Soave. L'iniziativa si caratterizza per una forte capillarità e questo ci permetterà non solo di vedere da vicino come il nostro vino sia percepito dai consumatori, ma ci permetterà anche nelle condizioni di capire come migliorare ulteriormente la nostra azione in questo mercato".

La campagna promozionale

Analizzando l'immagine della campagna promozionale di Soave by the Glass comprendiamo quanto lo sforzo per integrare le due culture all'apparenza agli antipodi del mondo sia grande. Alla traduzione in giapponese dell'immagine promozionale corrisponde anche la creazione di un sito interamente dedicato alla promozione nel Paese del Sol Levante (www.soavestyle.jp), con tanto di riferimenti di importatori per ogni azienda aderente. Se analizziamo l'immagine della campagna chiaro l'intento comunicativo: l'Italian Style tutto lì (sottolineato anche dal titolo Soave style, che ricorda tanto Italian style). Due giovani sorridenti vestiti in pieno stile italiano con in mano un bicchiere di vino all'interno di un paesaggio con vigneti con il castello di Soave sullo sfondo. In basso a destra, per chi non lo avesse ancora capito che si tratta di vino italiano, una bandiera italiana.