

# Sawamura di Tokyo il ristorante più ...Soave

scritto da Redazione Wine Meridian | 2 Marzo 2014



**TOKYO.** È il ristorante Sawamura di Tokyo a vincere il concorso “Essere Soave” per essere stato il locale che ha stappato più bottiglie di vino Soave in assoluto nella capitale nipponica nell’ambito delle attività promozionali coordinate dal Consorzio di Tutela, in collaborazione con l’agenzia Wellcom e l’ufficio ICE di Tokio.

Il concorso è rientrato nella più ampia azione promozionale “Soave by the glass” dedicata al mondo della ristorazione, che ha coinvolto 15 aziende del Soave, 15 importatori giapponesi, con oltre 4000 bottiglie stappate. Partito inizialmente con l’obiettivo di coinvolgere una cinquantina di locali selezionati, il format ha entusiasmato così tanto fino a

raggiungere le 110 adesioni, tra ristoranti, enoteche e wine bar più alla moda di Tokyo. Molti i gestori che hanno già chiesto di ripetere l'esperienza anche per il 2014 e tantissimi i consumatori che oltre alla qualità del vino hanno apprezzato tutto il materiale promozionale realizzato per l'occasione: calici serigrafati, espositori, segnaposto, mappe della denominazione.

Un vero kit promozionale completato da un set di degustazione di olio extravergine di oliva firmato da Redoro di Mezzane proprio per sottolineare l'eccellenza del made in Italy ed il forte legame territoriale, come è stato sottolineato anche nelle due guide in lingua giapponese curate dai giornalisti Shigeru Hayashi e Mayumi Nakagawara, presentate per l'occasione.

«Siamo molto soddisfatti di questa operazione» sottolinea Arturo Stocchetti, presidente del Consorzio del Soave. «Questa iniziativa si è caratterizzata per una forte capillarità e questo ci ha permesso non solo di vedere da vicino come il nostro vino sia percepito dai consumatori, ma ci ha messo anche nelle condizioni di capire come migliorare ulteriormente la nostra azione in questo paese, a partire dalle prossime iniziative».

Con Soave by the glass si chiude di fatto un quinquennio di azioni promozionali, coordinate dal Consorzio del Soave, dedicate al trade e ai consumatori.

Più che positivo quindi il riscontro dell'operazione che di fatto ha cavalcato trend positivi per il vino in Giappone.

Secondo Assoenologi infatti, dopo un periodo di stasi nel 2012 il mercato in Giappone è esploso, diventando il sesto mercato di destinazione per il vino italiano, dopo USA, Regno Unito, Svizzera, Canada. Il giro d'affari nel 2012 si è attestato a 155 milioni di euro (+27,7% rispetto al 2011) pari a 443 mila ettolitri di vino commercializzato (+17%). Per quanto riguarda il peso economico dei mercati dell'Estremo Oriente, sempre nel 2012 il Giappone si è collocato al primo posto, col 50% delle

quote di mercato, seguito da Cina, 25%, Hong Kong, 8%, Corea del Sud 6%, Singapore 4%. Un trend che si è mantenuto in netta crescita anche nel primo trimestre 2013.