Sempre più Soave in Giappone

scritto da Redazione Wine Meridian | 29 Novembre 2016



Crescono del +63% rispetto al 2015 le bottiglie vendute nel corso della campagna promozionale “Soave by the glass”, coordinata dal Consorzio di tutela del Soave, in collaborazione con l’agenzia Wellcom e l’ufficio ICE di Tokio, riservata al mercato giapponese. Sono stati 273 i locali che hanno chiesto di aderire alla campagna con quasi 10.000 bottiglie vendute nei due mesi di attività. Tra questi “Trattoria Ciao” di Tokyo e “Kasa” di Fukuoka vincolo il contest dedicato ai locali che hanno proposto il Soave in maniera più originale e stappato più bottiglie.

Numeri significativi, frutto di una strategia a duplice binario: da un lato azioni mirate per importatori, operatori di settore e stampa specializzata; dall’altro iniziative rivolte al consumatorie finale. Le città di riferimento sono

state la capitale Tokyo, Fukuoka, la città più popolosa dell'isola di Kyushu, ed Osaka, nella regione del Kansai, seconda città giapponese per numero di abitanti e metropoli commerciale molto dinamica.
Le tre città hanno ospitato seminari e degustazioni guidate per gli operatori a giugno, mentre la campagna dedicata ai consumatori è entrata nel vivo da luglio e per tutta l'estate.
Si tratta di un risultato molto positivo, che a quattro anni dall'inizio dell'azione promozionale nel mercato nipponico, evidenzia un crescente interesse per il Soave sia da parte dei consumatori sia da parte degli operatori di settore che scelgono di inserirlo sempre più frequentemente in carta vini.
La campagna rientra nell'ambito di una mirata strategia promozionale che comprende appuntamenti sia in Italia che all'estero: in tal direzione il Consorzio ha fatto della pianificazione e della calendarizzazione di eventi e di iniziative il suo punto di forza a tutto vantaggio delle aziende socie.
«Dati alla mano, con questa la campagna – spiega Aldo Lorenzoni, direttore del Consorzio del Soave – intendiamo portare avanti quanto fino ad ora costruito nel mercato giapponese, piazza sempre più ricettiva e attenta nei confronti del Soave. Sono operazioni i cui risultati richiedono tempo per sedimentarsi. Oggi possiamo dire con soddisfazione che i dati economici vanno a confermare la bontà delle iniziative fino ad oggi realizzate».
Secondo una recente indagine di Wine Intelligence in Giappone cresce l'interesse nei confronti del vino: sono infatti 36,1 milioni i giapponesi che si definiscono wine lovers, con un consumo procapite annuo di 8,7 litri. Il Sol Levante si conferma grande importatore con 186.383 ettolitri, per un giro d'affari di 950 milioni di dollari. L'Italia lo scorso anno ha spedito in Giappone 34.706 ettolitri di vino.