3000

TREMILA
ANNI DI VINO
ITALIANO

Un kampai per il Giappone

Tokyo, 21~28 novembre 2011

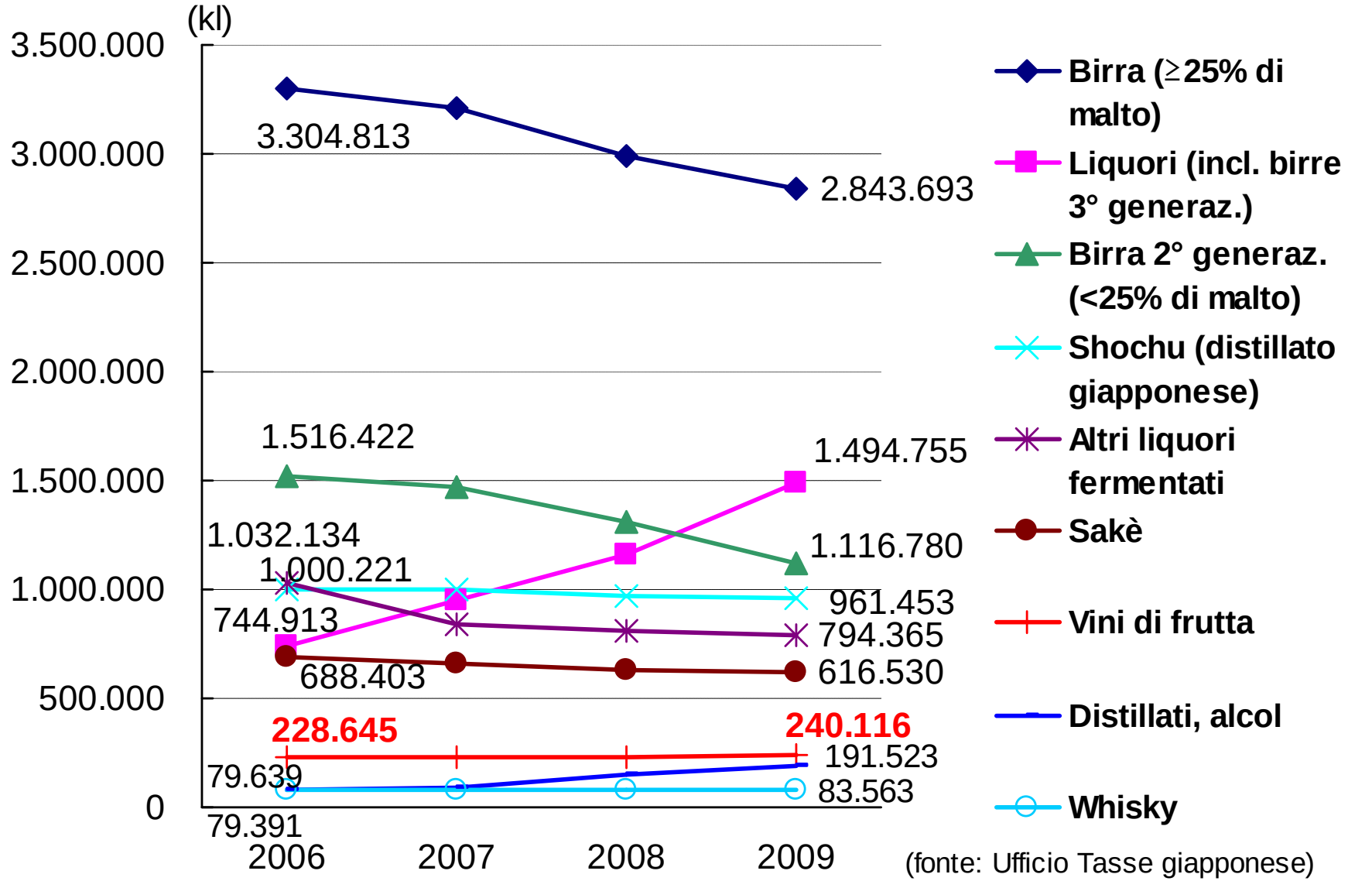
Un progetto di promozione di sistema

L'obiettivo

Differenziare il vino italiano rispetto ai concorrenti attraverso la valorizzazione degli elementi diversi dal prezzo

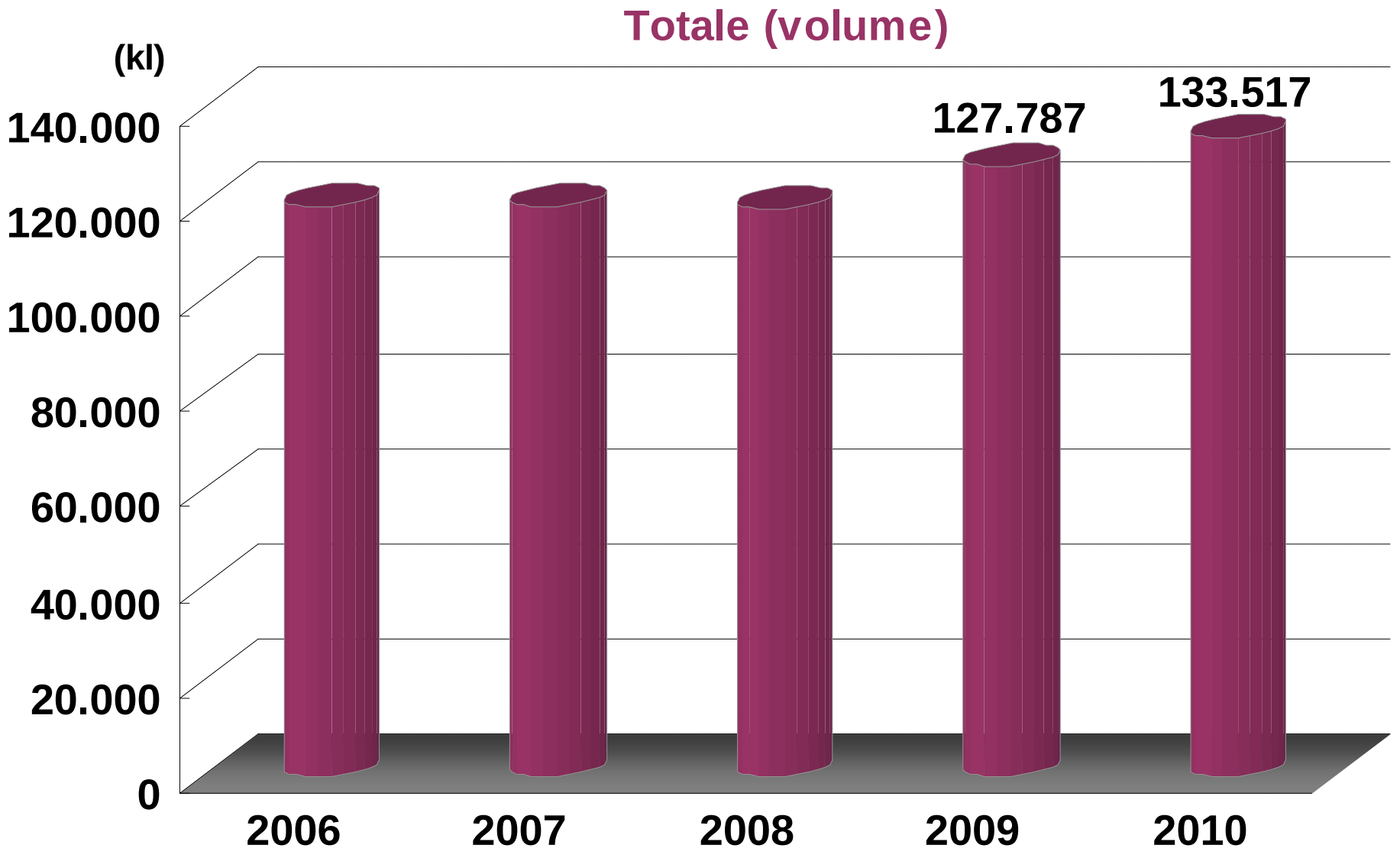
- **Cultura**
- **Turismo**

Consumo di alcolici in Giappone



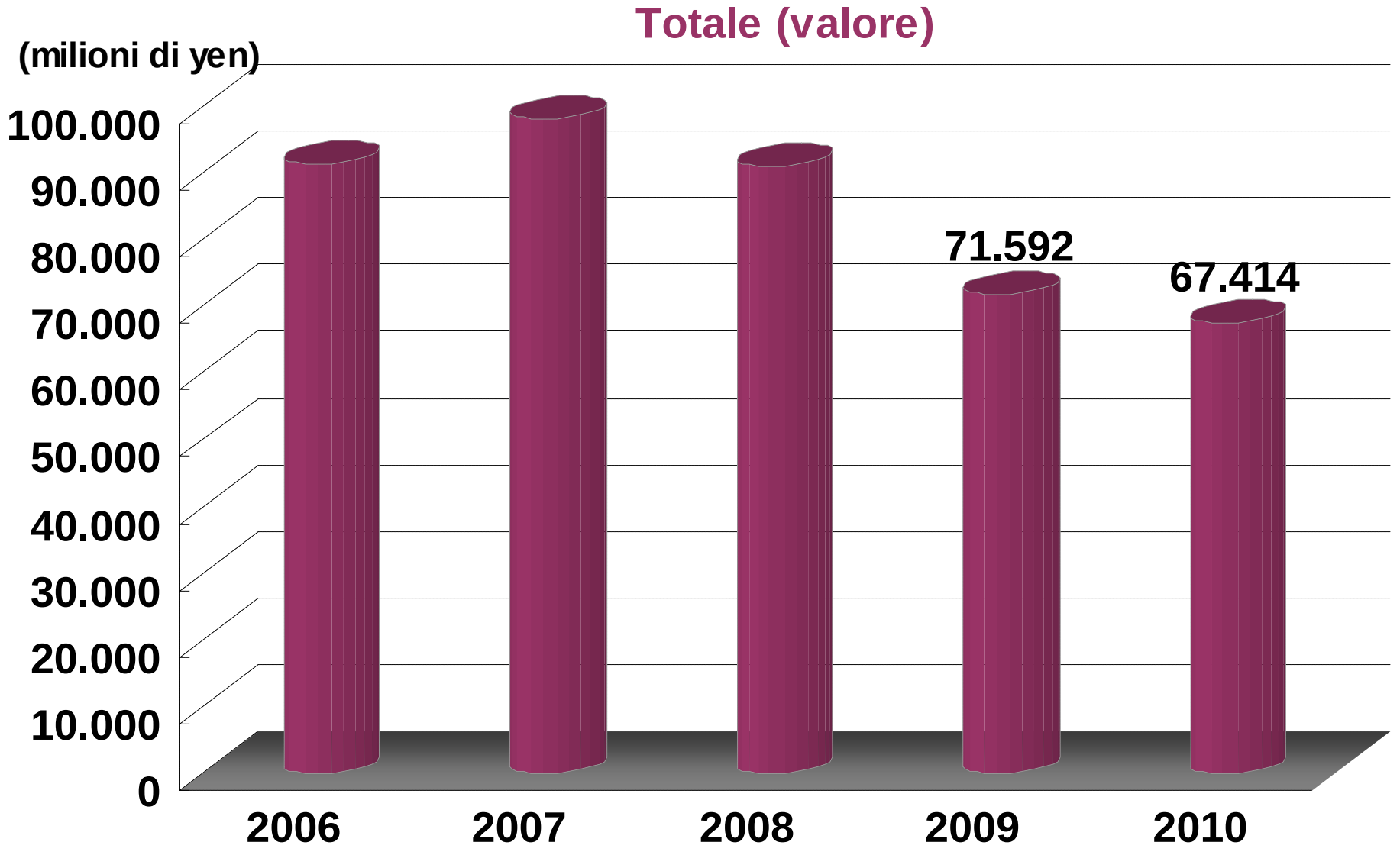
(fonte: Ufficio Tasse giapponese)

Importazioni giapponesi di vini fermi in volume



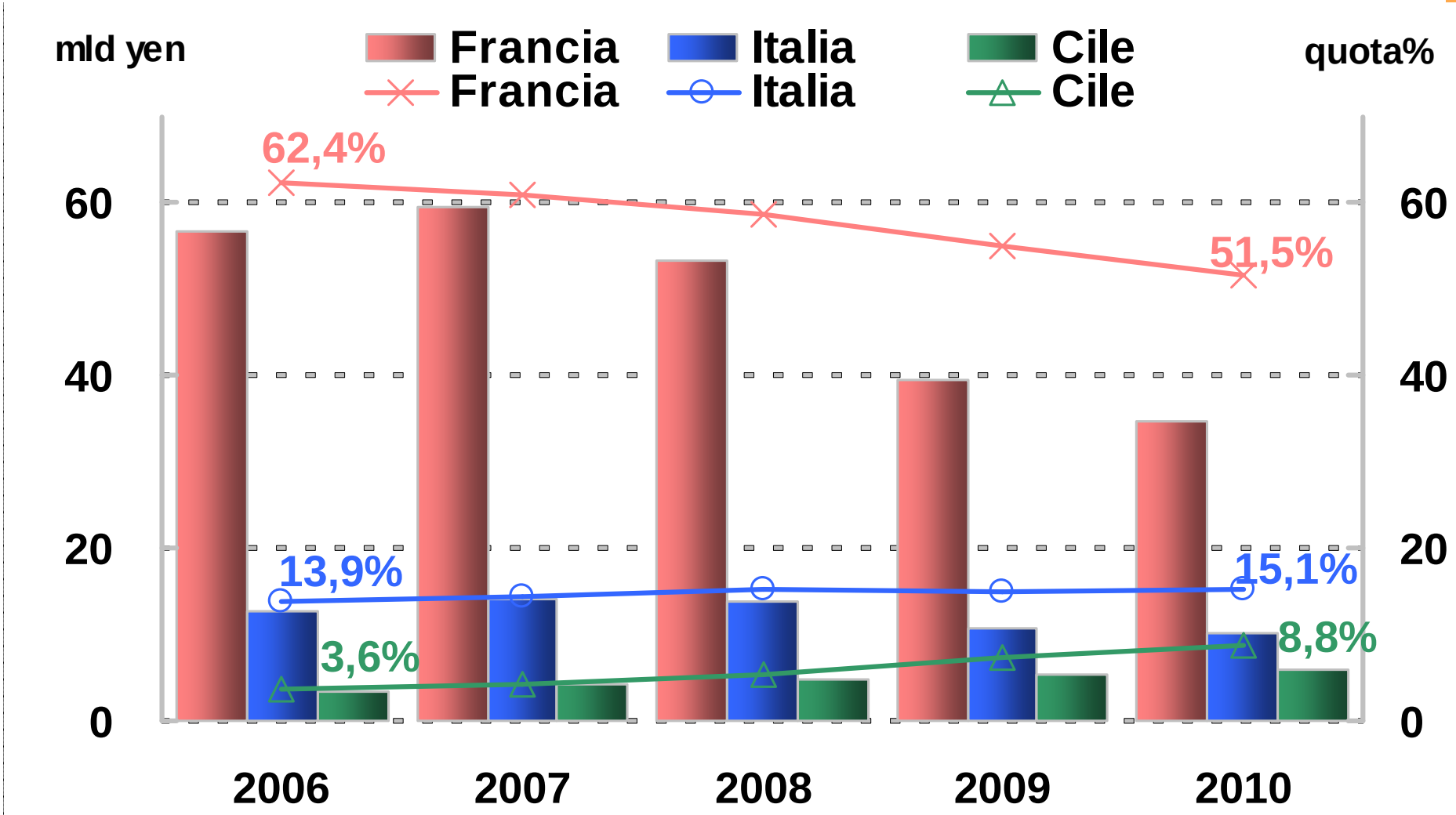
Fonte: elaborazione ICE Tokyo su dati Dogane giapponesi

Importazioni giapponesi di vini fermi in valore



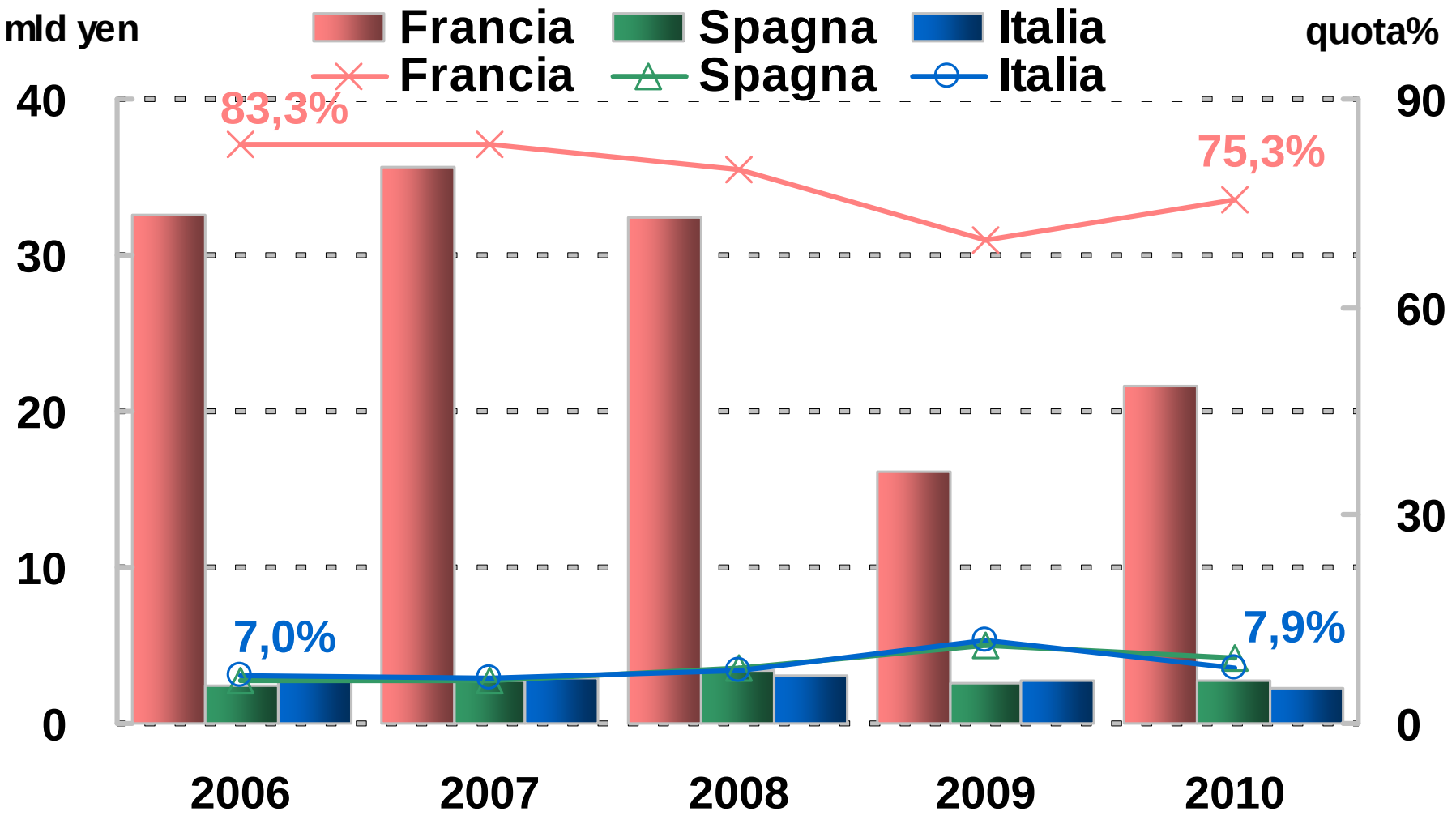
Fonte: elaborazione ICE Tokyo su dati Dogane giapponesi

Vini fermi: import per paesi fornitori



Fonte: elaborazione ICE Tokyo su dati Dogane giapponesi

Vini spumanti: import per paesi fornitori

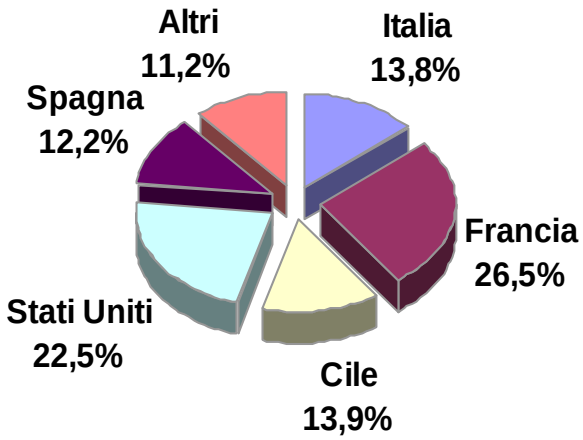


Fonte: elaborazione ICE Tokyo su dati Dogane giapponesi

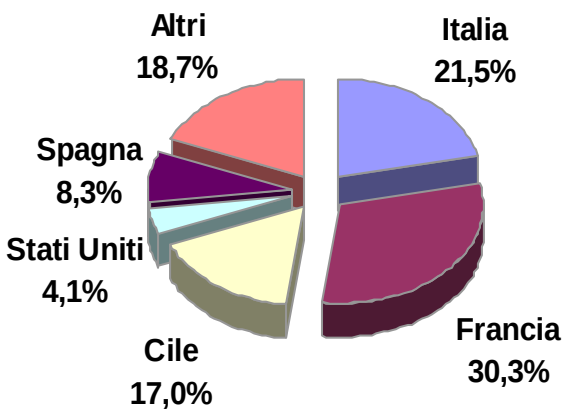
Fasce di prezzo dei vini importati

Prezzi al dettaglio (750ml)

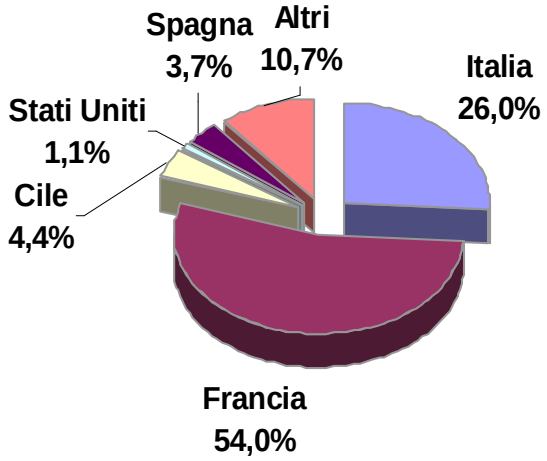
<1.000 yen



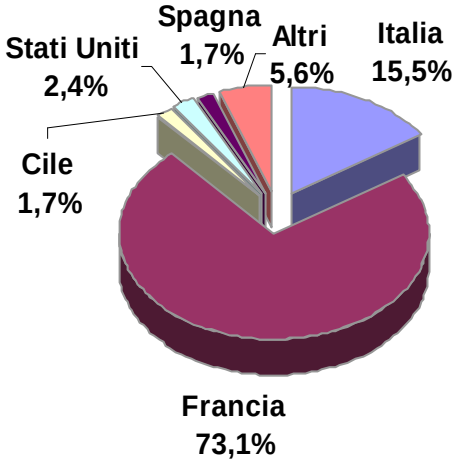
1.000-1.499 yen



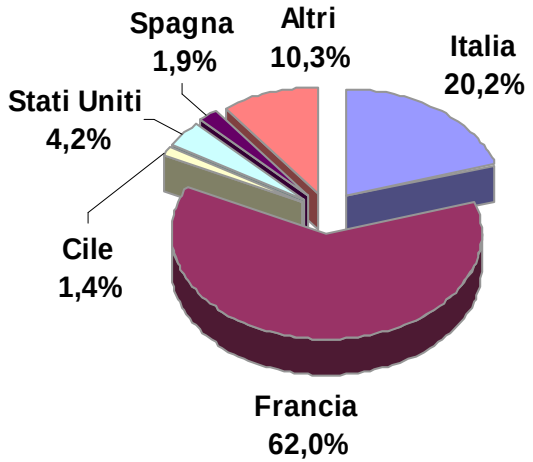
1.500-1.999 yen



2.000-2.999 yen



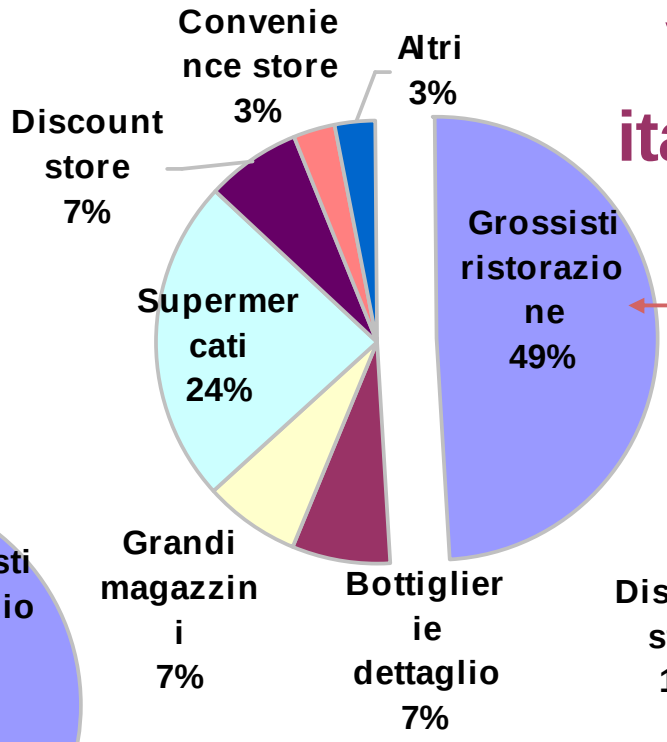
>3.000 yen



Fonte: Wands

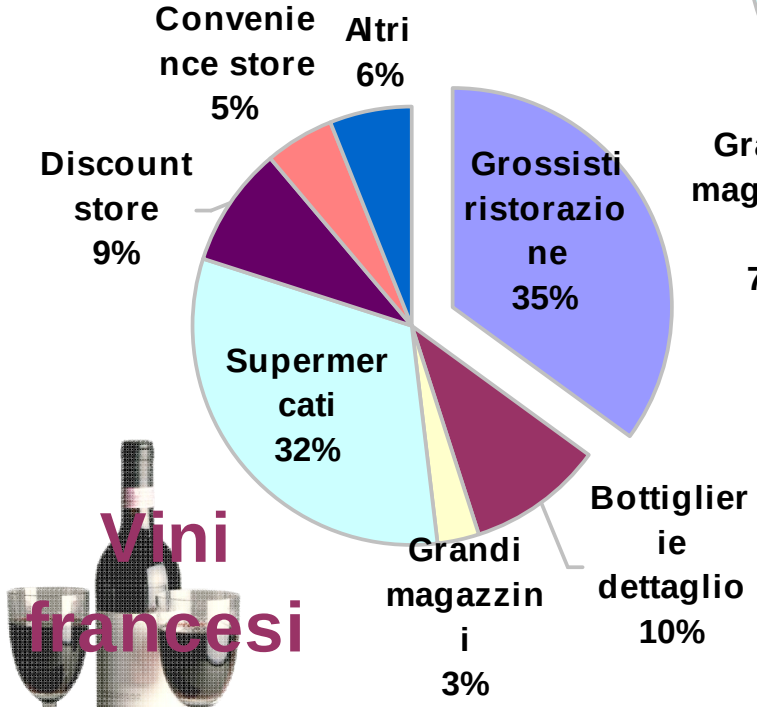
Vendite di vini per tipologia commerciale (2009)

Vini italiani

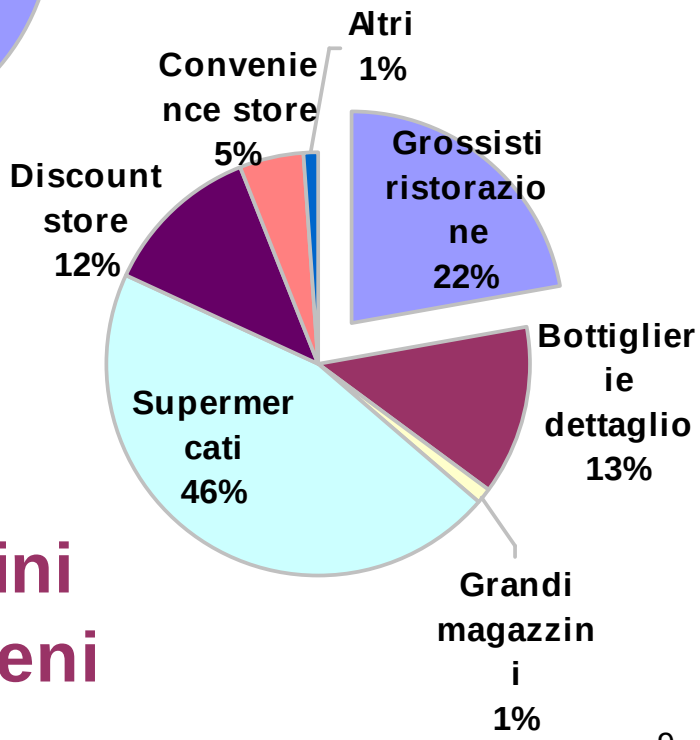


On premise

Vini francesi



Vini cileni



Fonte: Wands

La Settimana del Vino Italiano

TREMILA
ANNI DI VINO
ITALIANO

Un kampai per il Giappone

Tokyo, 21~28 novembre 2011

Problemi

- **Frequenza e frammentarietà degli eventi**
- **Mancanza di una strategia sul "Brand Italia"**
- **Posizionamento poco focalizzato del vino italiano nel mercato**
- **Politiche basate sul prezzo (sovrapproduzione e corsa al ribasso)**
- **Disorientamento del target di riferimento**

Soluzioni

- **Concentrazione delle risorse e delle iniziative in un progetto coordinato**
- **Elaborazione di iniziative di forte impatto**
- **Messaggio chiaro da comunicare**
- **Presentazione sistemica del Paese in un breve arco temporale, a cadenza annuale, che diventi punto fermo nell'agenda dei sommeliers e dei professionisti del vino**

Ipotesi di programma

- **Conferenza stampa di inaugurazione**
- **Eventi autonomi** **(walk around wine tasting, seminari tematici, workshop, degustazioni guidate, Meet & Greet, B2B, serate dedicate a cantine, wine pairing, tavole rotonde, corsi specializzati, iniziative per la stampa)**
- **Promozione turismo enogastronomico**
- **Eventi culturali**
- **Evento aperto ai wine lovers**
- **Promozione c/o la G.D.O.**
- **Promozione c/o la ristorazione italiana**
- **Comunicazione promo-pubblicitaria**

La Convenzione tra Produttori e Istituzioni organizzatrici

- **Conferenza stampa di lancio – Ambasciata, ICE, Buonitalia**
- **Inaugurazione della Settimana – Ambasciata, ICE, Buonitalia**
- **Organizzazione *wine tastings* e eventi correlati – Consorzi e/o Aziende produttrici**
- **Contatti preliminari e incontri di business con stampa, sommeliers, importatori, distributori – ICE**
- **Assistenza nella definizione delle liste di invitati – ICE**
- **Assistenza nell'identificazione delle *locations* – ICE**
- **Promozione presso i punti vendita della GDO – ICE/Ambasciata**
- **Campagna publi-promozionale – Buonitalia/ICE**

Prossimi passi

- **15 maggio:** **Presentazione della Convenzione tra Produttori e Istituzioni organizzatrici**
- **30 maggio:** **Termine per le adesioni di consorzi e produttori**
- **12 settembre:** **Presentazione alla Stampa**
- **21 novembre:** **Serata di gala in Ambasciata con importatori e sommeliers**
- **21~28 novembre:** **Settimana del Vino Italiano**

Ambasciata d'Italia
Tokyo

ITALIA
Istituto nazionale per il Commercio Estero

BUONITALIA
THE REAL TASTE OF ITALY

Con il contributo di:

Istituto Italiano di Cultura

ENIT ITALIA
AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO

Camera di Commercio Italiana in Giappone

Con la partecipazione di:

Consorzio del Vino Brunello di Montalcino - Consorzio del Vino Nobile di Montepulciano - Consorzio Vino Chianti Classico - Consorzio per la Tutela di Prosecco Conegliano Valdobbiadene - Istituto Grandi Marchi - Istituto Regionale della Vite e del Vino - Simply Italian Great Wines - Unione Consorzi Vini Veneti - Unione Italiana Vini