

Il vino italiano cresce in Giappone ma si può migliorare



La chiusura d'anno è stata 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%)**. Il dato è emerso a Tokyo nella **penultima tappa del Road show globale realizzato da Veronafiere-Vinitaly** in collaborazione con Ice Agenzia e con la partecipazione dei principali rappresentanti 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.

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%), sia 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.

Per migliorare ancora, è stato osservato durante l'evento di Tokyo, occorre accelerare sulla promozione integrata e di sistema per efficientare la promozione del vino italiano in Giappone evitando frammentazione e dispersione di risorse.

«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 Veronafiore, Federico Bricolo davanti a una platea di oltre 50 top buyer. «Questa campagna straordinaria punta non solo al potenziamento dell'incoming già dalla prossima 55^a edizione di Vinitaly, dal 2 al 5 aprile, ma a realizzare un efficace programma di promozione unitaria a favore del vino italiano».

«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 questo Paese».