



Giappone loves Prosecco: in 4 mesi vendite oltre 500 mila bottiglie



“Poniamo grande fiducia negli Accordi di partenariato economico (Ape) entrati in vigore il 1 febbraio 2019, che promettono di dare un grande impulso agli attuali scambi commerciali con il Giappone grazie alla completa eliminazione dei dazi, ora del 15%, sulle esportazioni dei vini italiani”.

Così ha dichiarato il presidente del Consorzio di tutela del Prosecco Doc, Stefano Zanette, nel pieno del programma di iniziative organizzate anche quest'anno nel Sol Levante, mercato verso il quale le spedizioni di Prosecco nei primi 4 mesi del 2019 si sono attestate a circa 500.000 bottiglie, sostanzialmente in linea con le performance dell'anno scorso. Tale produzione, considerando un prezzo medio al consumo di 1.500 Yen/bottiglia (12,5 euro/bottiglia), ha generato un volume d'affari, in 4 mesi, pari a 6,25 milioni di euro: il Giappone preferisce vini di maggiore qualità e gli operatori giapponesi importano quindi Prosecco con maggior valore (+25%) rispetto alla media mondo.

Si tratta poi di un'area in cui si stanno evidenziando abbinamenti sorprendentemente armonici fra il vino veneto-friulano e i modelli gastronomici locali. “La freschezza, il moderato grado alcolico e l'effervescenza della versione spumante – prosegue Zanette - rendono il Prosecco Doc straordinariamente versatile per accompagnare la cucina nipponica, in particolare per piatti quali sushi, sashimi e, più in generale, quella tradizionale (Washoku) in cui gli aspetti comuni con la cucina tipica italiana si sono rivelati numerosi”.

Dopo “Italia, amore mio!”, che si è tenuto a Tokyo, dove ha sede l'emittente televisiva Tbs, curato da una nota sommelier nazionale a disposizione per due giorni del pubblico, è partito il Prosecco Doc Road Show nelle città di Fukuoka, Osaka e Kanazawa, alla presenza di Tsutomu Ochiai, il più famoso chef giapponese di Cucina Italiana che ha celebrato il Prosecco, enfatizzandone le caratteristiche intrinseche di freschezza e pronta beve al suono di "Prosecchiamo". Giornata speciale il 24 luglio con l'Educational Day Tokyo in occasione del quale tra conferenze stampa, masterclass, walk around tasting, è stata designata del titolo di “Brand Ambassador Prosecco Doc” la celebre fumettista giapponese Mari Yamazaki, appassionata di Italia e grande conoscitrice di Prosecco.

Ad agosto si è aperto invece il “Mese del Prosecco”, programma che coinvolge più di 150 ristoranti in tutto il paese. Nell'iniziativa, che punta a promuovere la vendita di Prosecco Doc a bottiglia e a calice, saranno proposti i prodotti di 24 aziende (Antonio Facchin & Figli,

Biancavigna, Bosco del Merlo, Bottega, Cantina Pizzolato, Casere, Castello di Roncade, De Stefani, Fidora, La Gioiosa, La Marca, Le Contesse, Le Rughe, Masottina, Piera Martellozzo, Riccardo, Serana Wines 1881, Sessantacampi – Az. Agricola Luigino Zago, Tenuta Sant’Anna, Tenuta Santomè, Torresella, Valdo, Villa Sandi, Viticoltori Ponte), in parte già presenti sul mercato giapponese. Le attività si avvalgono della collaborazione con l’agenzia di Tokyo dell’Istituto per il commercio estero (Ice) e del supporto nella comunicazione di Cuisine Kingdom, pubblicazione di settore diffusa in 100 mila copie oltre che dell’Associazione dei cuochi di cucina italiana in Giappone (Acci). Per rimanere in terra nipponica, infine, il Consorzio Prosecco Doc sarà presente negli eventi pubblici della nazionale italiana di rugby in occasione delle gare della Coppa del Mondo, dal 13 settembre al 6 ottobre, nelle città di Ueda, Osaka, Fukuoka e Toyota.

