



ITALIAN WINE - TASTE THE PASSION



Presentata a New York, in occasione del GALA ITALIA 2018, “Italian Wine – Taste the Passion” la campagna di comunicazione realizzata dall’Agenzia ICE per promuovere il vino italiano sul mercato USA.

La campagna ha l’obiettivo di affermare un posizionamento esclusivo e aspirazionale dei vini italiani. Il vino Made in Italy viene associato ad esperienze di elevato contenuto simbolico, legate a contesti culturali, territoriali, di lifestyle espressivi della eccellenza e unicità italiana.

Il modo in cui sono stati tradotti questi concetti ci restituisce un messaggio che valorizza le principali caratteristiche del vino italiano: la qualità, le varietà e la biodiversità, l’unicità, l’autenticità, la versatilità, la tradizione familiare. Il claim “Italian Wine - Taste the Passion” rappresenta la passione che caratterizza ogni fase della produzione del nostro vino e che gli italiani mettono nel condividerlo con il resto del mondo. Il video della campagna è visibile al link qui [>>](#) [2].

La campagna, che nel 2018 si svolgerà in due periodi (maggio-luglio e settembre- dicembre), sarà

indirizzata a consumatori tra i 35 e i 55 anni e avrà respiro nazionale, con priorità verso i seguenti stati target: New York Tri-State, California, Florida, Illinois e Texas.

Da molti anni, infatti, il vino italiano ricopre una posizione di leadership negli Stati Uniti, nel 2017 l'Italia è stata il primo fornitore in quantità ma è solo il secondo in valore con una quota di mercato rispettivamente del 27,7% e 31,4%. Gli USA rappresentano il primo mercato di destinazione del vino italiano, assorbendo il 23,5% dell'export totale per un valore che nel 2017 ha toccato 1.86 miliardi di USD. Nelle nostre vendite prevalgono i vini bianchi (circa il 37% del totale), seguiti dai rossi (34%) e dai vini frizzanti (20%). Questi ultimi sono anche la componente più dinamica delle nostre esportazioni e lo scorso anno sono cresciuti di circa il 10%.

La campagna, che sarà presentata agli operatori nel corso della prossima edizione di [Vinitaly](#) [3], è stata realizzata grazie a uno stanziamento del [Ministero dello Sviluppo Economico](#) [4], ed è il frutto del lavoro di un Tavolo appositamente costituito per definire e coordinare con associazioni, istituzioni e operatori del settore le azioni da intraprendere e la strategia di promozione da adottare. Il Tavolo di lavoro si è dotato di un ristretto advisory board, di cui fanno parte alcuni prestigiosi produttori italiani selezionati dalle Associazioni settoriali di riferimento: Federvini, Unione Italiana Vini e Federdoc.

“L'Italia è tra i leader mondiali nella produzione di vino non solo a livelli di quantità ma soprattutto per l'altissima qualità e l'ampia biodiversità - dichiara Michele Scannavini, Presidente dell'[Agenzia ICE](#) [5] - Un messaggio che vogliamo e dobbiamo comunicare sempre più affinché si diffonda una conoscenza più approfondita dei nostri prodotti supportata da una vera e propria cultura del vino italiano. Questa campagna, infatti, si inserisce in un articolato piano promozionale che prevede una vasta serie di attività rivolte sia ai consumatori che agli operatori del settore, risultato del lavoro congiunto di tutti gli attori del Sistema. L'obiettivo è sfidante: elevare il posizionamento del vino italiano nel mercato statunitense e riconquistare la leadership assoluta in valore.”

“Siamo grati al Ministro Calenda per le importanti risorse destinate alla promozione su due mercati così strategici per i nostri vini, gli US e la Cina - afferma Sandro Boscaini, Presidente di [Federvini](#) [6]- questo ulteriore investimento fa seguito alla campagna straordinaria dedicata al Made in Italy e ne coglierà ancora i positivi effetti. L'avvio della campagna negli US, curata con grande competenza dall'ICE, con il coinvolgimento del mondo delle imprese e di un gruppo di lavoro di alto profilo, segna un nuovo modo di operare nel campo delle scelte legate alla promozione dei nostri vini e rafforzerà la nostra voce sul mercato, aumentando la riconoscibilità delle nostre denominazioni e delle nostre imprese. Bellissimo il video che accompagnerà la campagna perché lega con grande efficacia il vino, al patrimonio artistico ed ambientale, alla creatività ed alla genialità italiani.”

“Nel gruppo di Lavoro ICE che ha coordinato il progetto di promozione del vino italiano negli USA e in Cina, Unione Italiana Vini ha contribuito fattivamente a definire strategie innovative di promozione/comunicazione, che rispondono appieno alle indicazioni fornite dalle nostre imprese - sottolinea Ernesto Abbona, Presidente di [Unione Italiana Vini](#) [7] - Grazie al dialogo tra ICE e UIV e le altre associazioni di rappresentanza, favorito dal tavolo vino del Mise che ci auguriamo venga portato avanti anche dal nuovo governo, è stato messo a punto un progetto di promozione con obiettivi chiari e coerenti e che dovrebbe garantire i risultati prefissi. Oggi, ci sono tutte le premesse per dare nuovo slancio all'export del vino italiano negli Usa e recuperare, in quel paese, il nostro storico primato”

La campagna di comunicazione si inserisce in un più ampio progetto promozionale dedicato al vino, che prevede per gli Stati Uniti un investimento di circa 20 milioni di euro in tre anni e numerose attività realizzate dall'ICE in collaborazione con i principali attori del Sistema vino, tra cui Veronafiore/Vinitaly. Fra queste:

- un piano di formazione per ampliare la conoscenza del patrimonio enologico italiano;
- l'organizzazione di missioni in Italia rivolte a operatori commerciali e giornalisti;
- attività a favore di newcomers con l'introduzione di un numero limitato di aziende italiane non ancora presenti in USA;
- l'organizzazione di eventi in USA per la stampa e il trade;

- la collaborazione con catene di ristorazione e distribuzione per azioni di promozione e formazione;
- l'apertura del Desk Vino presso l'ufficio di New York dell'ICE per mantenere rapporti costanti con gli operatori americani e assistere le imprese italiane.

Nella seconda parte dell'anno la campagna di comunicazione prenderà il via anche in Cina, diventando così il progetto più ambizioso mai realizzato per il settore del vino dall'Agenzia ICE, una grande opportunità per le imprese italiane ma anche per i consumatori americani e cinesi.

Source URL: <http://test.iitaly.org/magazine/focus-in-italiano/fatti-e-storie/article/italian-wine-taste-passion>

Links

- [1] <http://test.iitaly.org/files/screenshot2018-03-27at60610pmpng-0>
- [2] <http://youtu.be/scFiHHPvmXU>
- [3] <http://www.vinitaly.com>
- [4] <http://www.sviluppoeconomico.gov.it/index.php/it/>
- [5] <http://www.ice.gov.it>
- [6] <http://www.federvini.it/index.php/it/>
- [7] <http://www.uiv.it>