**VINITALY E AGENZIA ICE APPRODANO A TOKYO CON NAVE AMERIGO VESPUCCI**

**OBIETTIVO: PROMUOVERE L’ECCELLENZA DEL VINO MADE IN ITALY**

**Nell’ambito del Tour Mondiale della nave scuola della Marina Militare italiana, si è tenuta oggi al Villaggio Italia di Tokyo la masterclass "Iconic wines of Italy", promossa da Agenzia ICE e realizzata da Vinitaly.**

**Tokyo, 27 agosto 2024 – Anche il vino è tra le eccellenze italiane salpate con l’Amerigo Vespucci nel tour mondiale che fino al 30 agosto fa tappa a Tokyo. E per celebrarlo, oggi, nella capitale nipponica, si è tenuta una esclusiva masterclass** "*Iconic wines of Italy*", promossa da Agenzia ICE e realizzata da [Vinitaly](http://www.vinitaly.com), il più importante salone internazionale dedicato ai vini e ai distillati. **In ogni tappa della nave scuola della Marina Militare, infatti, viene allestito il Villaggio Italia** l’“Esposizione Mondiale Itinerante Pluriennale" delle eccellenze italiane che offre ai visitatori un'esperienza unica per conoscere la bellezza dell'Italia attraverso la sua arte, la sua cultura, la sua musica, il food, il cinema, la tecnologia e la ricerca scientifica.

**La masterclass di Tokyo ha visto protagonisti sette vini iconici del patrimonio enologico italiano: Trento Doc Brut Millesimato “Giulio Ferrari Riserva del Fondatore” 2009 (Ferrari Trento), Verdicchio dei Castelli di Jesi Riserva Docg Classico 2017 (Villa Bucci), Toscana Igt Rosso “Tignanello” 2020 (Marchesi Antinori), Bolgheri Sassicaia Doc “Sassicaia” 2021 (Tenuta San Guido), Bolgheri Doc Rosso Superiore “Ornellaia” 2020 (Ornellaia), Barolo Docg Riserva 2017 “Vigna Rionda” 2017 (Massolino) e Passito di Pantelleria Doc “Ben Ryè” 2022 (Donnafugata).**

**I due *italian wine ambassador* certificati dalla *Vinitaly international Academy*, Asami Yoshikawa e Irving So, hanno guidato il pubblico giapponese – composto da buyer, importatori, sommelier, ristoratori di fascia alta, influencer e giornalisti – in un viaggio sensoriale alla scoperta delle regioni vinicole italiane più rinomate.**

**All’evento hanno partecipato per Veronafiere il presidente, Federico Bricolo, e il direttore generale, Adolfo Rebughini, per Agenzia ICE il presidente, Matteo Zoppas, e il direttore dell’ufficio di Tokyo, Gianpaolo Bruno.**

**L’iniziativa si inserisce nel quadro più ampio delle attività congiunte di Vinitaly e Agenzia ICE per consolidare la presenza del vino italiano sui mercati asiatici, in un momento in cui la domanda di prodotti di fascia medio-alta è in costante crescita. Il Giappone, in particolare, rappresenta il principale partner del vino italiano in tutta l’Asia, con oltre 200 milioni di euro di importazioni all’anno, per l’80% di vini Dop e Igp.**

**Si tratta di un interesse per le etichette Made in Italy confermato dal trend di crescita dei buyer qualificati giapponesi presenti alla Fiera di Verona in occasione di Vinitaly: in tutto quasi 700 all’edizione dello scorso aprile, 100 in più rispetto al 2023.**

***«La masterclass realizzata a Tokyo, in collaborazione con Vinitaly, rappresenta un’occasione unica per presentare le eccellenze del vino italiano in un contesto altamente strategico come quello giapponese che rappresenta il primo mercato asiatico per il settore. La sinergia tra ICE, Vinitaly e le più prestigiose etichette italiane, insieme all’inestimabile contributo della Amerigo Vespucci, non solo amplifica la visibilità del Made in Italy, ma crea anche concrete opportunità di business matching con i principali operatori giapponesi* – afferma il presidente di Agenzia ICE, Matteo Zoppas –.*Con un valore di esportazioni che supera i 200 milioni di euro, riteniamo essenziale implementare attività promozionali strategiche per sensibilizzare e coinvolgere anche quella parte di mercato non etnico, attenta ai vini di prestigio. Il nostro obiettivo è consolidare e incrementare ulteriormente la presenza dei vini italiani in Giappone».***

**«*Con questa prestigiosa masterclass, Vinitaly*** ***ribadisce il proprio ruolo di brand-bandiera per la promozione del vino italiano* – dichiara Federico Bricolo, presidente di Veronafiere *–. Si tratta di una iniziativa vincente per il sistema-Paese che ci ha visto collaborare con il Ministero della Difesa, Agenzia ICE con il suo ufficio di Tokyo e l’Ambasciata italiana in Giappone*».**

**«*La nostra presenza a Tokyo a bordo del Vespucci* – commenta Adolfo Rebughini, direttore generale di Veronafiere – *è un ulteriore tassello della nostra strategia di proiezione sui mercati esteri,*** *forte di una rete di roadshow, preview, academies e una manifestazione specifica, dedicata a quest’area del mondo: Wine to Asia***».**

Il vino italiano a Tokyo è presente in questi giorni anche nei brindisi ufficiali a bordo del Vespucci, grazie alla partnership con **Prosecco Doc**, e nella cena di gala del 27 agosto, dove la **Regione Piemonte** partecipa insieme al **Consorzio Piemonte Land of Wine**.

Per **Vinitaly**, ora, la missione di internazionalizzazione in Asia prosegue con un calendario che vede impegnata la fiera di Verona dal 2 al 6 settembre con la settima edizione del **Vinitaly China Roadshow**, a Shanghai, Xi’an e Guangzhou. Si torna poi in Giappone, insieme ad Agenzia ICE, per la Borsa Vini 2024 in programma a Osaka e Tokyo, rispettivamente il 7 e il 9 ottobre. Nel 2025, è già fissata la terza edizione di Wine to Asia, dal 9 all’11 maggio a Shenzhen, in Cina.

**Media e Institutional Relations Veronafiere**

Tel.: + 39.045.8298.350 - .242 - .210

E-mail: [pressoffice@veronafiere.it](mailto:pressoffice@veronafiere.it)

Web: [www.veronafiere.it](http://www.veronafiere.it)

**Media Relations ICE**

E-mail:

[stampa@ice.it](mailto:stampa@ice.it)

[ice@community.it](mailto:ice@community.it)