

Správa z projektu
Propagácia v tretích krajinách - Japonsko

Realizátor: Zväz vinohradníkov a vinárov Slovenska

Obdobie realizácie jún 2014 – máj 2017

- Nadviazanie vzťahov s verejnosťou formou propagácie alebo reklamy
- Účasť na podujatiach, veľtrhoch alebo výstavách s medzinárodným významom
- Informačné kampane zamerané na systémy Spoločenstva vzťahujúce sa na označenie pôvodu, zemepisné označenie a ekologickú výrobu,
- Prieskum nových trhov potrebný na rozšírenie odbytlísk

Dosiahnuté výsledky:

- Získanie importéra výhradne slovenského vína – firmy Mighty (jej dcérskou firmou je Misuzu Slovakia, s.r.o.)
- Umiestnenie slovenských vín v 31 reštauráciách,
- Umiestnenie vín v mestách: Tokio, Osaka, Sendai, Kanazawa, Kirishima, Hikone, Hamamatsu, Tokushima, Kamakura atď.
- Umiestnenie v dvoch predajných veľkoobchodných domoch -Hanshin v Tokyu a Osake
- Pravidelná účasť na výstavách a predajných veľtrhoch
- Zisk viacerých medailí z najznámejšej Japonskej súťaže vín Sakura WineAwards
- Internetový predaj slovenských vín
- Zvýšenie počtu vinárstiev pravidelne vyvážajúcich do Japonska z 2 na 8
- Ročný predaj cca 20 000 fliaš vína
- Výsledky o správaní zákazníkov a možnosti rozšírení odbytlísk

Nadviazanie vzťahov s verejnosťou formou propagácie alebo reklamy:

- Vytvorila a pravidelne sa aktualizovala web stránka www.mighty-wine.com
- Vytvorila a pravidelne sa aktualizuje Facebook stránka Mightywine
- 3 reklamy v letákoch
- 1 reklama v rozhlase (USB kľúč, audio nahrávka)

Obsah nahrávky:

- Na začiatku p. Suzuki predstavil firmu Mighty a dôvody, prečo začal dovážať slovenské vína do JPN a podporovať export slovenských vín
 - 6:13 nalieva vínomoderátorom a predstavuje charakter slovenských vín vo všeobecnosti
 - 8:40 predstavenie vína Karpatskej perly VAR FM 2012, ktorá bola ocenená na súťaži SAKURA AWARD
 - 9:13 predstavenie vína Tokaj Macik Winery Tokaj Selection 4 putňové
 - 10:30 predstavenie MIGHTY-WINE web stránky a internetového obchodu, kde sa dajú vína kúpiť
 - 10:50 pozvanie na Hanshin Wine Fair, kde sa slovenské vína predávajú a kde sa promovali
-
- 4 natočené šoty v japončine o slovenských vinároch na www.mighty-wine.com
<http://mighty-wine.com/sk/slovakia.html>
 - Video o KP http://mighty-wine.com/sk/karpatska_perla.html
 - Video o MS http://mighty-wine.com/sk/mrva_stanko.html
 - Video o PR http://mighty-wine.com/sk/pivnica_radosina.html
 - Video o TMW http://mighty-wine.com/sk/macik_winery.html

Účasť na podujatiach, veľtrhoch alebo výstavách s medzinárodným významom

V roku 2014 sa uskutočnili nasledujúce prezentácie vína:

- Prezentácia vína na Festivale vína v Kirišime
- Prezentácia vína na SK Veľvyslanectve
- Prezentácia na Hanshin Wine Fair
- Prezentácia na Hanshin Winemakersdinner
-

V roku 2015 sa uskutočnili nasledujúce prezentácie vína

- Prezentácia na výstave Hanshin Wine Fair
- Prezentácia na výstave Kanoko
- Prezentácia na výstave WineTokyo
- Prezentácia na výstave WineComplex Osaka
- Prezentácia na výstave WineKansai
- Prezentácia na výstave WinecomplexTokyo
- Prezentácia na veľtrhu Hanshin Wine Fair
- Prezentácia na súťaži Sakura Award
-

V roku 2016 sa uskutočnili nasledujúce prezentácie vína:

- Prezentácia na výstave Wine Fair Osaka
- Prezentácia na súťaži Sakura Award
- Prezentácia na veľtrhu Kanoko
- Prezentácia na veľtrhu WineTokyo
- Prezentácia na veľtrhu Nabata
- Prezentácia na veľtrhu WineComplex Osaka

Informačné kampane zamerané na systémy Spoločenstva vzťahujúce sa na označenie pôvodu, zemepisné označenie a ekologickú výrobu,

- prezentačné materiály v japončine o slovenských vínach, laminované
- prezentačné materiály v japončine o Slovensku a distribútorovi
- bannery
- prezentačné materiály - medaily o dosiahnutých výsledkoch
- preprava materiálov

Prieskum nových trhov potrebný na rozšírenie odbytk

- Prieskum medzi koncovými zákazníkmi, na počte vzoriek 608
- Prieskum medzi distribútormi, na počte vzoriek 193

Prieskum na základe vytvoreného dotazníka uskutočnila firma Misuzu, p. Kaňuchová Pátková na ZPC a spracovala firma Vinicon.

Najdôležitejšie výsledky prieskumu:

- Viac ako 50 % Japoncov pije víno minimálne raz týždenne, 7 % denne
- V 55 % vyberajú vína ženy
- Najrozhodujúcejším faktorom pri výbere vína je pomer kvalita/cena – 70 % nakupujúcich sa nezaujíma o kvalitu, ak je cena primeraná
- 54 % kupujúcich považuje krajinu pôvodu za dôležitú alebo veľmi dôležitú, keď vyberajú víno
- Vinri so strednej a východnej Európy majú ťažkosti pri uvádzaní na trh do Japonska, kvôli nedostatku povedomia o krajine a značkách a dominancii vín Západnej Európy a Nového sveta
- Príležitosťou pre nárast exportu je v rozličnosti cien a balení krajín z CEE, ako aj nových odrodách a značkách
- Príležitosťou na zvýšenie predaja je aj iná forma podpory u veľkoodberateľov -osobné prezentácie, darčeky, ...

Dosiahnuté výsledky:

- Získanie importéra výhradne slovenského vína – firmy Mighty (jej dcérskou firmou je Misuzu Slovakia, s.r.o.)
- Umiestnenie slovenských vín v 31 reštauráciách,
- Umiestnenie vín v mestách: Tokio, Osaka, Sendai, Kanazawa, Kirishima, Hikone, Hamamatsu, Tokushima, Kamakura atď.

- Umiestnenie v dvoch predajných veľkoobchodných domoch -Hanshin v Tokyu a Osake
- Pravidelná účasť na výstavách a predajných veľtrhoch
- Zisk viacerých medailí z najznámejšej Japonskej súťaže vín Sakura WineAwards
- Internetový predaj slovenských vín
- Zvýšenie počtu vinárstiev pravidelne vyvážajúcich do Japonska z 2 na 8
- Ročný predaj cca 20 000 fliaš vína
- Výsledky o správaní zákazníkov a možnosti rozšírení odbytísk