

Il saké e il vino: cosa bevono i giapponesi?

scritto da Alessia Venturi | 24 Gennaio 2016



Negli ultimi anni il Giappone ha aumentato notevolmente il suo interesse nei confronti dei vini d'importazione. Nonostante le sue tradizioni secolari, si sta trasformando in un Paese cosmopolita e all'avanguardia. Gli stili di vita dei nipponici, ormai, si mescolano perfettamente con quelli degli Occidentali.

Una recente indagine di [Wellcom](#) online, agenzia che opera nel mercato giapponese da tempo, racconta come il 1998 sia stato un grande anno per il mercato vinicolo giapponese. Stato l'anno del boom in cui si raggiunta una quota del volume delle importazioni di vini mai vista prima. Ma negli anni successivi questo entusiasmo si smorzato fino ad un'inversione di rotta nel 2001, quando stato ottenuto un guadagno dell'11,8% annuo in valore. Crescita che continua tuttora. Infatti nel 2014 stato registrato un ulteriore incremento dell'import di vini fermi sia in volume (0,4%) sia in valore (8,8%).

Sebbene questi dati siano rassicuranti, a causa della recessione economica e dell'instabilità del mercato i vini pregiati sono stati penalizzati a favore di vini più economici. Ma il vino italiano riesce ugualmente a farsi valere anche in questa situazione altalenante. Se dovessimo fare una classifica, l'Italia sicuramente sul podio, con un 16,5%, ma non al primo posto. Seconda alla Francia (45,5%) in valore.

Purtroppo perde una posizione come fornitore di vini spumanti, in quanto stata surclassata dalla Spagna che registra un 8,9% contro il nostro 8,8%.

Sorge spontaneo domandarsi: come far comprare il vino in Giappone? Oltre alla concorrenza sul prezzo occorre attuare altre strategie commerciali che coinvolgano ed educhino maggiormente il consumatore al fine di fargli apprezzare di più il vino. Bisogna trasmettere la cultura enologica così che il cliente capisca cosa sta per comprare, e, magari, consigliare qualche abbinamento con la cucina tipica del Paese. Ma com'è il consumatore giapponese? Non un grande esperto di enologia e ignora la terminologia specifica, per ha le idee ben chiare e sa quali sono i propri gusti.

Per invogliarlo maggiormente all'acquisto di vino, sono state pensate alcune azioni promozionali, semplici e alla portata di tutti, ma molto audaci. Partendo dai punti vendita, possibile applicare etichette esemplificative che aiutino l'acquirente a capire quale vino scegliere in base ai propri gusti ed esigenze. Oppure mettere del personale a disposizione come guida all'acquisto e, perch'no, proporre anche degli assaggi di formaggi e altri cibi e mostrare i vari abbinamenti.

Sono grandi le potenzialità del Paese del Sol Levante, tanto da far ben sperare i produttori italiani!