

Export Giappone: mercato dinamico e ampio margine di crescita

scritto da Veronica Zin | 30 Giugno 2023



Durante il Webinar dal titolo “Esporta il tuo vino in Asia” tenutosi lo scorso 6 Giugno, **Sebastiano Bazzano – socio fondatore di [B.Connected](#)** – ha raccontato le potenzialità che il mercato asiatico riserva al settore vitivinicolo italiano.

B.Connected è una società che da 12 anni si propone di creare legami tra le eccellenze agroalimentari italiane e gli importatori da tutto il mondo.

Il Webinar si è concentrato su 3 Paesi principali:

- Giappone;
- Vietnam;

▪ Taiwan.

“Da ormai qualche anno, il mercato asiatico è diventato centrale e fondamentale per il settore vitivinicolo italiano”, spiega Bazzano, “e guardando i dati macroeconomici, si vede la strabiliante crescita di tutti i paesi asiatici nel corso di soli vent’anni”.

Il Giappone, a differenza di Taiwan e Vietnam, è un mercato già particolarmente sviluppato; ciononostante, il valore delle importazioni nel 2000 è quasi raddoppiato nel 2020: dal 9% si è passati al 19%.

Shigeru Hayashi – fondatore di Solo Italia, compagnia che promuove il vino italiano in Giappone – ha spiegato che **“in Giappone ci sono 125 milioni di abitanti, ma il PIL pro capite è ancora molto basso** (tra il 3,2 e il 3,4), perciò c’è ancora margine di miglioramento”.

Storicamente, il prodotto italiano in Giappone è diventato di moda negli anni ’80, con l’apertura di ristoranti italiani e pizzerie dove si sono cominciati a sperimentare i pairing piatti-vino che hanno **aumentato la richiesta di vini italiani**.

Tuttavia, **tra il 2010 ed il 2012 le importazioni di vino Cileno sono aumentate a dismisura** grazie ai prezzi bassi e convenienti; comunque, continua Hayashi, **“il vino italiano oggi costituisce il 18-19% delle importazioni totali in Giappone”**.

Si tratta sicuramente di una buona percentuale, ma **c’è ancora margine di crescita**, soprattutto se si considera che i vini francesi rappresentano il 40% dell’import vino del paese.

Secondo Hayashi **è fondamentale costruire relazioni con più importatori giapponesi diversi tra loro perché in Giappone ci sono “importatori specializzati di vino**, altri concentrati sulla ristorazione, ma anche grossisti; perciò è importante

ampliare il mercato per posizionare il proprio vino nel settore di riferimento più adatto”.

Per le importazioni di vino nel 2022, **il Giappone ha dedicato 6,90 milioni di dollari e ha registrato un consumo pro capite di 3.5 litri.**

Si prevede che questi valori aumenteranno nei prossimi anni, soprattutto **se i produttori accoglieranno le tendenze di consumo dei clienti Giapponesi, tra cui:**

- Vino rosso
- Prodotti leggeri, meglio se organici, con un buon profilo olfattivo. Sono apprezzate anche la sapidità e l'acidità marcate, che bilancino le tendenze dolci.

Per maggiori informazioni sulle prossime tappe programmate in collaborazione con B.Connected, scrivi a redazione@winemeridian.com.