

# Giappone: ascesa vino italiano, opportunità per sfuso e bag-in-box

scritto da Emanuele Fiorio | 23 Maggio 2025



*Nel 2024, il mercato giapponese del vino segna un cambiamento nei modelli di consumo: sebbene il valore delle importazioni diminuisca, i volumi crescono. L'Italia continua a crescere, con opportunità concrete nei formati innovativi come il bag-in-box e il vino sfuso. La riduzione dei prezzi medi offre nuove opportunità, ma anche sfide per i produttori tradizionali.*

Nel 2024, il mercato giapponese del vino ha vissuto una fase di transizione significativa. Sebbene le importazioni totali abbiano subito un **calo in termini di valore** (-8% rispetto al 2023), **il volume è cresciuto del +2,2%**, arrivando a quasi 205 milioni di litri e un fatturato complessivo di 1.482,5 milioni

di euro. Una dinamica che rivela un cambiamento nei modelli di consumo, **sempre più attenti al prezzo medio**, sceso infatti del -9,9% rispetto all'anno precedente.

Secondo i dati 2024 dell'Observatorio Español del Mercado del Vino (OeMv), la **Francia** resta il **primo fornitore** di vino del Giappone in valore con 872,5 milioni di euro, ma registra un brusco **-11% rispetto al 2023**. **Segue l'Italia**, seconda con 195,7 milioni di euro (-0,7%) e 43,6 milioni di litri esportati (+8,1%), confermandosi tra i principali protagonisti del comparto del vino in bottiglia. La **Spagna**, pur restando quarta in valore (110,6 milioni di euro), ha registrato un'inversione di tendenza con un incremento del **+7,7%**, risultando l'unico tra i principali Paesi a crescere in fatturato.

**In termini di volume, è il Cile a mantenere la leadership** con oltre 62 milioni di litri (+1,6%), grazie a un'offerta economicamente competitiva, seguito da Francia e Spagna. L'Italia si posiziona quarta ma con un trend positivo.

La categoria del **vino in bottiglia** (<2 litri), che rappresenta il 57% del valore totale importato, ha visto un **calo in valore del -4,8%** ma una crescita in **volume del +1,5%**, segno che il prezzo medio ha subito un'ulteriore compressione. **L'Italia ha ottenuto risultati positivi**: 151,5 milioni di euro (+0,4%) e 32,5 milioni di litri (+9,1%). Una performance che conferma il posizionamento competitivo del vino italiano in Giappone.

Più altalenante la situazione per altri Paesi: la Spagna ha mantenuto stabile il volume esportato (18,8 milioni di litri) e ha perso leggermente in valore (-1%). **Gli Stati Uniti**, invece, hanno registrato un **forte calo**: -13% in valore e -0,4% in volume. Il loro prezzo medio si è contratto drasticamente da 13,3 a 10,1 €/litro (-23,7%).

**Il vino spumante è stato il segmento più colpito, con un calo del -12,6% in valore**. La Francia, pur mantenendo il primato

assoluto (493,5 milioni di euro), ha subito un duro colpo (-15%). In controtendenza, la Spagna ha aumentato del +14% le esportazioni in questa categoria, raggiungendo 45,9 milioni di euro e 12,7 milioni di litri (+14,6%). L'Italia, terza, ha avuto un calo contenuto del -6,3% in valore ma è cresciuta lievemente in volume (+1,5%).

Il prezzo medio dello spumante continua a essere molto differenziato: 15,04 €/l il valore medio generale del segmento, ma con forti variazioni tra Paesi.

Il formato **bag-in-box (BiB)**, spesso trascurato nei mercati tradizionali, **ha registrato una delle crescite più interessanti: +8,3% in valore e +16,3% in volume.** L'Italia ha esportato quasi 3 milioni di euro (+9,6%) e 1,47 milioni di litri (+7,5%), posizionandosi come terzo fornitore dopo Spagna e Cile. Da notare il forte calo della Francia in questo segmento (-19,6%).

**Anche il vino sfuso ha mostrato segnali di vitalità: +5,3% in valore e +7,4% in volume.** L'Italia ha incrementato le esportazioni in valore del +25,3% e del +26,7% in volume, confermando un potenziale spesso sottovalutato.

Il mercato giapponese del vino, nel 2024, sta ridefinendo le proprie preferenze. **A fronte di una generale riduzione dei prezzi medi, i consumi non solo reggono, ma in alcuni casi crescono.** Il consumatore giapponese si orienta verso un buon rapporto qualità/prezzo e mostra un'apertura verso formati alternativi come il BiB e verso referenze diverse da quelle francesi.

**Per l'Italia, questo si traduce in un'opportunità concreta:** il vino in bottiglia conferma la sua solidità, ma è nel segmento spumante e nei formati innovativi che si apre un potenziale di crescita interessante, soprattutto se accompagnato da strategie comunicative mirate e una presenza costante sul territorio.

---

## Punti chiave:

1. **Calo in valore delle importazioni:** Il mercato giapponese del vino registra una diminuzione del valore (-8%), ma cresce in volume (+2,2%), segnando una transizione nei modelli di consumo più attenti al prezzo.
2. **Posizione dell'Italia:** L'Italia è il secondo fornitore in valore (195,7 milioni di euro), con un incremento del volume delle esportazioni (+8,1%). Positivo anche il trend nel segmento vino in bottiglia.
3. **Formati innovativi in crescita:** Il formato bag-in-box e il vino sfuso hanno registrato crescenti performance, con l'Italia che segna un aumento significativo in entrambi i settori.
4. **Dinamiche tra i principali produttori:** La Francia ha visto un calo significativo, mentre la Spagna ha guadagnato terreno, specialmente nel segmento spumante (+14%). Il Cile guida il mercato in volume, ma l'Italia continua a guadagnare.
5. **Crescita delle esportazioni italiane nei formati alternativi:** Il bag-in-box e il vino sfuso, per l'Italia, rappresentano un'opportunità di crescita, con incrementi significativi sia in valore che in volume.