Giappone: ProWine Tokyo, nuova opportunità per il vino

scritto da Emanuele Fiorio | 10 Maggio 2024

Nonostante un trend negativo nel consumo generale di alcolici che perdura dal 1999, il Giappone negli **ultimi dieci anni** ha registrato un **incremento del consumo di vino del 30%**, a causa di un cambiamento significativo delle preferenze dei consumatori. Ancora più evidente è l'espansione del consumo di spirits che è triplicato nello stesso lasso di tempo. Questi dati sottolineano una trasformazione radicale nel mercato delle bevande alcoliche del Paese.

L'interesse verso **prodotti di lusso** è evidente dai dati import relativi allo Champagne. Nel 2022, il Giappone è stato il terzo maggior importatore mondiale di Champagne, registrando un aumento del 20% in volume e del 21,9% in valore, in controtendenza rispetto alla flessione osservata in mercati come gli Stati Uniti e il Regno Unito. Questi dati, forniti

dal Comité Interprofessionnel du vin de Champagne (CIVC), non solo dimostrano la resilienza del mercato giapponese, ma anche un **crescente interesse verso vini spumanti di alta gamma.**

In questo contesto si è inserita la prima edizione di **ProWine Tokyo**, organizzata da Messe Düsseldorf Japan e tenutasi dal 10 al 12 aprile scorso presso il Tokyo Big Sight, a dimostrazione **dell'importanza crescente del Giappone** nel settore delle bevande alcoliche a livello internazionale.

La kermesse si è conclusa con successo, per tre giorni **220 espositori** hanno presentato novità, progetti, ultime annate a **5.500 visitatori** professionali (importatori, distributori, buyers, ristoratori). Il 90% degli espositori è giunto in Giappone dall'estero, con una rappresentanza di **oltre 20 Paesi**, tra cui Armenia, Australia, Austria, Canada, Cile, Cina continentale, Hong Kong, Italia, Giappone, Moldavia, Paesi Bassi, Singapore, Sudafrica, Svizzera, Regno Unito, Ucraina e Stati Uniti. Sono stati **presentati 925 marchi, il 77% dei quali non ancora importati in Giappone.** Ciò ha rappresentato un'ottima opportunità di business e scoperta per gli operatori del mercato.

Peter Schmitz, Direttore di ProWein, durante una intervista rilasciata a Vino Joy News ha sottolineato l'importanza strategica dell'evento: "L'edizione di Tokyo, organizzata dalla nostra filiale, Messe Düsseldorf Japan, segna il nostro primo ingresso a Tokyo. Siamo incoraggiati dalla partecipazione di circa 220 espositori provenienti da oltre 20 Paesi. La **disponibilità del mercato giapponese verso vini e distillati di fascia alta** rappresenta una opportunità unica".

Renee Zhao, Direttrice Marketing e Comunicazione di ProWine Asia, ha evidenziato come il Giappone sia diventato un punto nevralgico per gli importatori di vino e spirits. "**Circa il 90% dei produttori non dispone di importatori in Giappone**, ProWine Tokyo offre quindi una preziosa opportunità per costruire e rafforzare nuove partnership. Considerando che il

95% degli importatori si trova a Tokyo, questa città rappresenta la location ideale per il nostro evento”.

La prima edizione di ProWine Tokyo ha dimostrato di avere **ampie possibilità di sviluppo**, garantendo non solo nuove opportunità di business ma anche una piattaforma per il dialogo transnazionale, l’innovazione e la scoperta, con l’obiettivo di consolidare la posizione del Giappone come mercato dinamico e influente nel settore del vino e dei distillati a livello mondiale.