

Vini italiani in Giappone

scritto da Redazione Wine Meridian | 16 Novembre 2017



Giappone tra nuovi trend e cambiamento del gusto.

Negli ultimi anni il Giappone sta riservando delle “belle” novità per i produttori di vino italiano. Il vino sta guadagnando una notevole popolarità, specialmente tra le donne, che si rivelano grandi consumatrici e amanti dei vini di origine europea, e si sta diffondendo sempre di più una cultura consapevole del vino.

Per confermare questa tesi riportiamo una recente ricerca promossa da Wineintelligence, che ci dimostra come si stia assistendo ad un vero e proprio cambiamento di preferenze per quanto riguarda i sapori del vino.

Per svolgere questa ricerca è stato chiesto ai candidati di individuare quale tipo di varietà vinicola preferiscono, in che stile e quali sono i caratteri degustativi che ritengono più piacevoli e invitanti o meno. Le caratteristiche più comuni sono state poi divise in due gruppi: i caratteri

stilistici e i caratteri gustativi.

I primi esprimono la struttura generale del vino, quando è fresco, frizzate, fruttato o pieno, ad esempio. I caratteri degustativi sono, invece, quelli che descrivono aspetti più specifici, come alcune note di frutti tropicali o di bosco.

Per quanto riguarda i vini bianchi, l'indagine ha rivelato che i consumatori giapponesi preferiscano bevande fresche, leggere, facili da bere, che possibilmente contengano note di agrumi e drupacee. Al contrario, i vini che contengono sentori tostati, note di quercia e nocciola, note erbacee, o invecchiamento ossidativo, non vengono molto apprezzati.

Nei vini rossi, viene apprezzato il sentore fruttato, semplice, possibilmente ricco di "umami", nota che in Giappone caratterizza gran parte dei prodotti, e che in Europa (denominato glutammato, che dona il gusto che noi definiamo "sapido") è facilmente associato all'idea di poco sano.

Così come per i vini bianchi, i giapponesi non apprezzano anche nei rossi il sentore di invecchiamento in bottiglia e l'affumicatura, ma amano i forti riferimenti fruttati.

Sempre secondo questa ricerca di Wineintelligence, non sembra esserci differenza di genere nelle preferenze elencate sopra, quanto piuttosto di età. I giovani consumatori, quelli sotto i 35 anni, sono più invogliati a scoprire diverse varietà di vino e sono propensi a sperimentare gusti sempre nuovi, al contrario dei bevitori più anziani, più legati a ciò che conoscono e meno affascinati dalle novità. Sono proprio i giovani, infatti, che si stanno pian piano avvicinando in maniera diversa al settore e al mercato del vino. Questi ultimi, si stanno rivelando sempre più avventurosi, curiosi e interessati alla crescita del mercato del vino nel loro Paese, ma non solo. Se si desidera sperimentare un prodotto particolare e innovativo, il mercato giapponese sembra essere il luogo perfetto nel prossimo futuro.

Fonti:

wineintelligence.com

beveragedaily.com