

ProWein Business Report, Report Spécial, Mai 2024

Rapport spécial de l'enquête ProWein Business Report

Exportation de vin vers le Japon : opportunités et défis

- **Le Japon est considéré par les exportateurs comme un marché attractif pour le vin, caractérisé par une grande appréciation de la qualité et un niveau de prix élevé.**
- **Après une baisse intermédiaire des importations de vin, près d'un exportateur de vin sur deux s'attend à une augmentation des ventes à l'exportation vers le Japon en 2024.**
- **Les exportateurs voient les plus grandes opportunités de marché au Japon dans le vin blanc, suivi du vin rouge et du vin mousseux. Les vins naturels, les vins rosés et les vins « no low » y sont pour l'instant encore des produits de niche.**
- **L'accès au marché du vin japonais diffère de celui de nombreux autres pays. L'établissement d'une relation à long terme avec un importateur disposant d'un bon réseau de distribution y est de loin le facteur de réussite le plus important.**
- **Pour réussir à exporter au Japon, il faut respecter des normes de qualité élevées en matière d'emballage du vin et de documentation des analyses chimiques.**
- **Avec sa culture et sa gastronomie uniques, le Japon est un marché d'exportation attractif pour les exportateurs internationaux de vin capables d'établir des relations durables et fructueuses avec les importateurs. Dans ce contexte, la ProWine Tokyo est un partenaire important de la filière viticole internationale.**

Du 10 au 12 avril 2024, Messe Düsseldorf a organisé avec grand succès la première édition de la ProWine Tokyo. À cette occasion, ProWein publie les résultats d'une enquête menée auprès des entreprises du secteur vitivinicole international qui exportent déjà vers le Japon ou qui prévoient de le faire. Les questions faisaient partie de l'enquête sur le ProWein Business Report 2023, dans laquelle plus de 2000 experts de la branche ont donné leur avis sur le marché mondial du vin. Le ProWein Business Report 2023 a été réalisé par l'Université de Geisenheim pour le compte de ProWein et peut être consulté sur https://www.prowein.com/en/Media_News/Magazine/Business_Reports.

Ce rapport spécial fait état des expériences et des attentes de plus de 400 producteurs et exportateurs de vin internationaux qui exportent déjà du vin vers le Japon ou qui prévoient de le faire à l'avenir.

Motivation pour l'exportation vers le Japon

Du point de vue des exportateurs, le Japon est un marché viticole attractif qui se caractérise par un souci de qualité et un niveau de prix élevé. Sept entreprises sur dix qui souhaitent exporter vers le Japon estiment que l'attractivité et les prix moyens y sont élevés.

Avec sa gastronomie unique, son souci particulier de la qualité des produits alimentaires et de luxe, et avec la grande réputation dont y jouissent les produits artisanaux, le Japon est un marché d'exportation unique pour le vin. Six entreprises sur dix qui souhaitent exporter au Japon y voient de très bonnes opportunités de vente pour leur gamme de vins.



Illustration 1 Motivation des entreprises pour l'exportation vers le Japon

Attentes pour l'année 2024

Le Japon est le cinquième plus grand marché d'importation de vin au monde, après les États-Unis, le Royaume-Uni, l'Allemagne et le Canada. Dans le cadre de la reprise économique après la pandémie, les importations de vin au Japon ont fortement augmenté. Pendant la crise économique mondiale de 2023, les importations de vin ont quelque peu diminué au Japon aussi, mais moins que dans de nombreux autres pays comme les États-Unis ou le Canada.

Pour l'année 2024, les experts de la branche s'attendent à une légère reprise des exportations vers le Japon. Quatre exportateurs sur dix s'attendent à une augmentation des ventes au Japon, cinq sur dix à une stabilité des ventes à l'exportation. Seuls 12 % des exportateurs actuels estiment que leurs exportations vers le Japon vont diminuer. Les experts considèrent que la reprise des importations de vin est étroitement liée à la reprise économique nécessaire pour cela au Japon.

Expectations for 2024

What is your forecast for the value of your sales in Japan in 2024?

Companies exporting wine to Japan

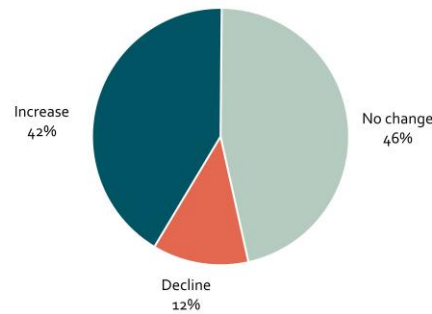


Illustration 2 Prévisions d'évolution des exportations vers le Japon en 2024

Tendances produits à succès au Japon

Quels types de vin ont les meilleures chances d'être vendus au Japon ? Les exportateurs s'attendent à ce que la demande au Japon soit la plus forte pour les vins blancs, qui sont également particulièrement adaptés à la cuisine japonaise. Les vins rouges arrivent en deuxième position, suivis par les vins mousseux. Les experts voient également de bonnes perspectives de vente pour les vins doux de qualité comme le vin de glace, le porto et le madère. Pour les vins naturels, les vins rosés et les vins « no low », les exportateurs ne s'attendent actuellement qu'à une demande limitée au Japon.

Le Japon s'écarte ainsi quelque peu de la tendance globale, où les vins blancs (63 %) et les vins mousseux (61 %) se trouvent actuellement clairement en tête de la liste des tendances et où les vins rouges (28 %) se placent actuellement nettement derrière les vins rosés (52 %) et les vins no-low (42 %) (des détails suivront dans le Special ProWein Business Report « No-Low-Weine »). Du point de

vue des experts, le Japon reste donc un très bon marché pour les vins rouges, en particulier pour les vins rouges premium.

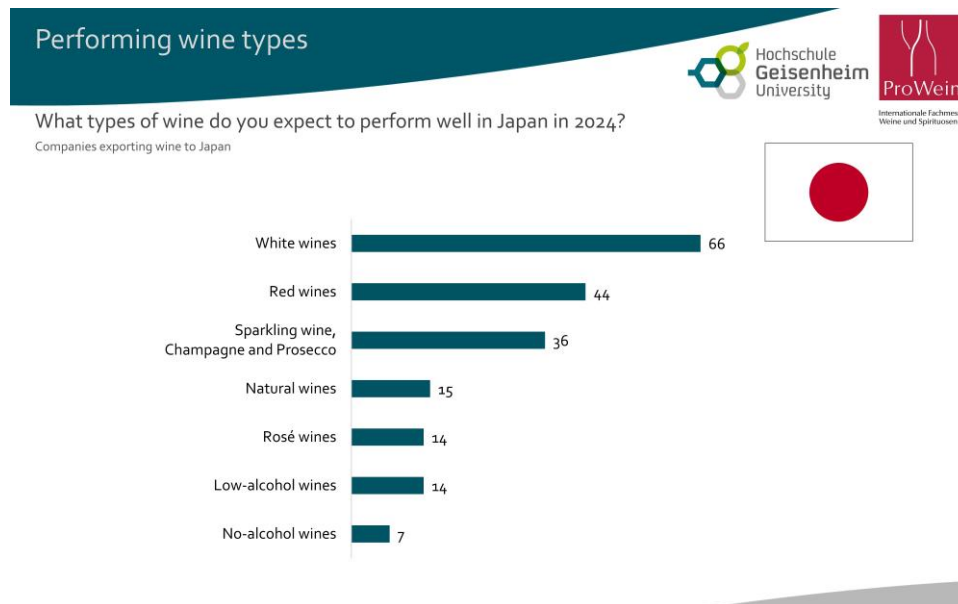


Illustration 3 Attentes pour les types de vins réussissant au Japon

La liste des tops de l'illustration 3 est un résultat d'enquête très robuste, valable quelle que soit l'origine des exportateurs interrogés. Les experts proviennent de pays viticoles très différents. L'Italie, l'Espagne, la France et le Nouveau Monde arrivent en tête, suivis par les pays viticoles plus petits que sont l'Allemagne, le Portugal et l'Autriche. Même si ces différents pays d'origine se distinguent par leurs priorités respectives en matière d'assortiment, les experts sont totalement d'accord sur l'ordre relatif des types de vin qui ont le plus de chances de réussir au Japon.

Seules les valeurs absolues présentent de petites différences. Ainsi, près de 80 % des exportateurs d'Autriche et d'Allemagne placent les vins blancs en tête au Japon, alors que ce chiffre est plutôt de 60 % dans les autres pays viticoles. Selon les exportateurs de France et d'Italie, avec leurs marques fortes de champagne, prosecco et

crémant, la catégorie des vins mousseux est également un peu plus demandée au Japon que la moyenne, avec 45 %.

Facteurs de réussite et défis pour l'exportation de vin vers le Japon

Pour une entrée réussie sur le marché, le marché du vin japonais pose plusieurs défis aux exportateurs. Du point de vue des exportateurs déjà actifs sur le marché, l'établissement d'une relation à long terme avec un importateur renommé et le respect des normes de qualité très élevées sont nettement plus importants que les caractéristiques du vin à vendre au Japon (illustration 4). L'origine, le goût, la qualité et la notoriété de la marque de vin sont donc moins importants que la collaboration avec un importateur réputé et sérieux qui s'engage pour son propre produit.



Illustration 4 Facteurs de succès pour l'exportation de vin vers le Japon

« Au Japon, il faut un importateur avec un bon réseau de distribution, qui se concentre sur son propre produit. » « Le premier défi consiste à trouver le bon partenaire d'importation et à faire preuve de patience pour construire et consolider cette relation. » La forte concurrence pour attirer l'attention des importateurs et agents les plus performants au Japon constitue, selon les experts interrogés, le principal obstacle à l'entrée sur le marché. À cause de ces réseaux commerciaux existants et bien établis dans le pays, le marché ne peut pas accueillir indéfiniment de nouveaux producteurs et de nouveaux vins, selon l'expérience des exportateurs qui y ont déjà réussi jusqu'à présent.

Du point de vue des entreprises qui souhaitent exporter au Japon, la recherche d'un tel importateur est de loin le plus grand défi (illustration 5). En tant que premier grand salon international pour les visiteurs professionnels au Japon, la ProWine Tokyo offre une plate-forme d'exposition importante pour rencontrer personnellement sur place des importateurs potentiels afin de nouer des relations commerciales personnelles.

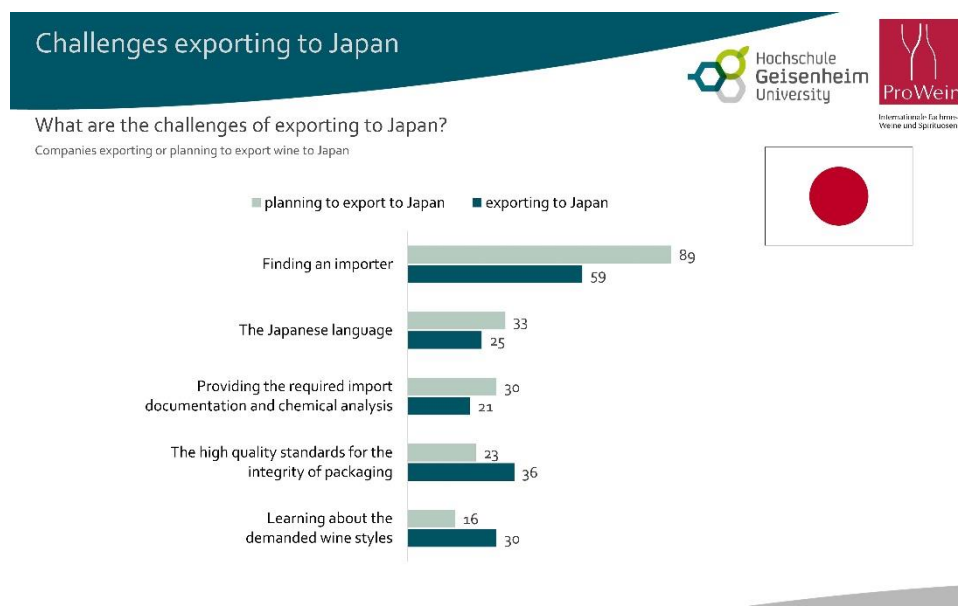


Illustration 5 Défis pour l'exportation de vin vers le Japon

Mais les exportateurs qui réussissent au Japon parlent aussi d'un fossé culturel à combler, qui va bien au-delà d'une langue étrangère. « La culture et la gastronomie japonaises sont très spécifiques, tout comme le rapport au temps et à la hiérarchie. Les consommateurs et les importateurs y sont très exigeants et font attention à des critères qui peuvent sembler être des détails ennuyeux. »

Les entreprises qui souhaitent exporter vers le Japon semblent d'abord sous-estimer ces normes de qualité élevées (illustration 5). Seule une entreprise sur quatre souhaitant exporter vers le Japon considère les normes de qualité élevées comme un défi. En revanche, c'est le cas de plus d'une entreprise sur trois parmi celles qui ont déjà une expérience du commerce avec le Japon.

En revanche, la langue japonaise ainsi que la documentation et les analyses chimiques nécessaires sont moins souvent considérées comme des obstacles par les exportateurs expérimentés que par les entreprises qui souhaitent exporter au Japon. Ces obstacles semblent donc être plus faciles à surmonter que ce que l'on craignait avant l'entrée sur le marché.

En tant que principal salon professionnel du vin au Japon, la ProWine Tokyo est aujourd'hui et à l'avenir une plate-forme importante pour rencontrer personnellement des importateurs potentiels sur place, pour établir des relations commerciales personnelles et pour comprendre et mettre en œuvre les exigences spécifiques du marché.

Note aux rédactions :

Vous trouverez des images en haute résolution de la ProWein dans notre base de données de photos sous la rubrique « Media & News » sur www.prowein.com.

Contact presse ProWein auprès de Messe Düsseldorf :
Christiane Schorn
tél. : +49 (0)211/4560 -991 | SchornC@messe-duesseldorf.de

Monika Kissing

tél. : +49 (0)211/4560 -543 | KissingM@messe-duesseldorf.de

Caroline Herbertz

tél. : +49 (0)211 4560-7141 | HerbertzC@messe-duesseldorf.de

Luisa Harnau

tél. : +49 (0)211/4560 - 539 | HarnauL@messe-duesseldorf.de

Plus d'informations sous :

www.prowein.com ou sur les réseaux sociaux

Facebook : www.facebook.com/ProWein.tradefair

Instagram :

LinkedIn : [prowein-tradefair](https://www.linkedin.com/company/prowein-tradefair)