

ProWein Business Report, Informe especial, Mayo 2024

Informe especial de la encuesta ProWein Business Report

Exportación de vino a Japón: Oportunidades y desafíos

- **Los exportadores consideran Japón un mercado atractivo para el vino, que se caracteriza por valorar mucho la calidad y un elevado nivel de precios.**
- **Tras un retroceso temporal de las importaciones de vino, casi uno de cada dos exportadores de vino cuenta para el año 2024 con un incremento de las exportaciones a Japón.**
- **Los exportadores ven las mayores oportunidades de mercado en Japón en los vinos blancos, seguidos de los vinos tintos y espumosos. Los vinos naturales, los rosados y los vinos sin alcohol y de baja graduación son actualmente todavía productos nicho.**
- **El acceso al mercado del vino japonés se diferencia del de otros muchos países. La creación de una relación a largo plazo con un importador que cuente con una buena red de distribución es el factor de éxito más importante, con diferencia.**
- **Para exportar a Japón con éxito se tienen que cumplir altos estándares de calidad en lo concerniente al envasado del vino y la documentación de los análisis químicos.**
- **Con su cultura y gastronomía únicas, Japón es un atractivo mercado de exportación para los exportadores de vino internacionales que puedan crear fructíferas relaciones a largo plazo con importadores. ProWine Tokyo es en este sentido un socio importante del sector del vino internacional.**

Entre el 10 y 12 de abril de 2024, Messe Düsseldorf organizó con gran éxito la primera edición de ProWine Tokyo. Con esta ocasión ProWein publicó los resultados de una encuesta a empresas de la industria vitivinícola internacional que ya exportan a Japón o tienen previsto hacerlo. Las preguntas formaban parte de la encuesta del ProWein Business Report 2023, en la que más de 2.000 expertos del sector han emitido su opinión sobre el mercado internacional del vino. El ProWein Business Report 2023 fue elaborado por encargo de ProWein por la Escuela Superior de Geisenheim y se puede consultar en https://www.prowein.com/en/Media_News/Magazine/Business_Reports.

Este informe especial informa sobre las experiencias y expectativas de más de 400 productores y exportadores internacionales de vino que ya exportan vino a Japón o tienen previsto hacerlo en el futuro.

Motivación para exportar a Japón

Desde la perspectiva de los exportadores, Japón es un mercado de vino atractivo, que se distingue por su gran conciencia respecto a la calidad y un elevado nivel de precios. Siete de cada diez empresas que desean exportar a Japón valoran como altos el atractivo y los precios medios.

Japón, con su gastronomía única, su especial concienciación de la calidad cuando se trata de productos nutricionales y para la degustación, así como la gran estima de la que gozan los productos artesanales, es un mercado de exportación único para el vino. Seis de cada diez empresas que desean exportar a Japón ven ahí excelentes oportunidades de venta para su gama de vinos.



Figura 1 Motivación de las empresas para exportar a Japón

Expectativas para el año 2024

Japón es, después de los EE. UU., el Reino Unido, Alemania y Canadá, el quinto mayor importador de vino del mundo. En el curso de la recuperación económica posterior a la pandemia, las importaciones de vino a Japón han experimentado un fuerte aumento. Durante la crisis económica mundial del año 2023, las importaciones de vino también retrocedieron algo en Japón, sin embargo, menos que en otros muchos países, como EE. UU. o Canadá.

Los expertos del sector esperan para el año 2024 una ligera recuperación de las exportaciones a Japón. Cuatro de cada diez exportadores parten de la base de un aumento de las ventas en Japón, cinco de cada diez esperan unas ventas de exportación sin variaciones. Tan solo el 12% de los exportadores actuales opinan que sus exportaciones a Japón retrocederán. Los expertos ven una estrecha relación entre la recuperación de las importaciones de vino y la recuperación económica de Japón que ello requiere.

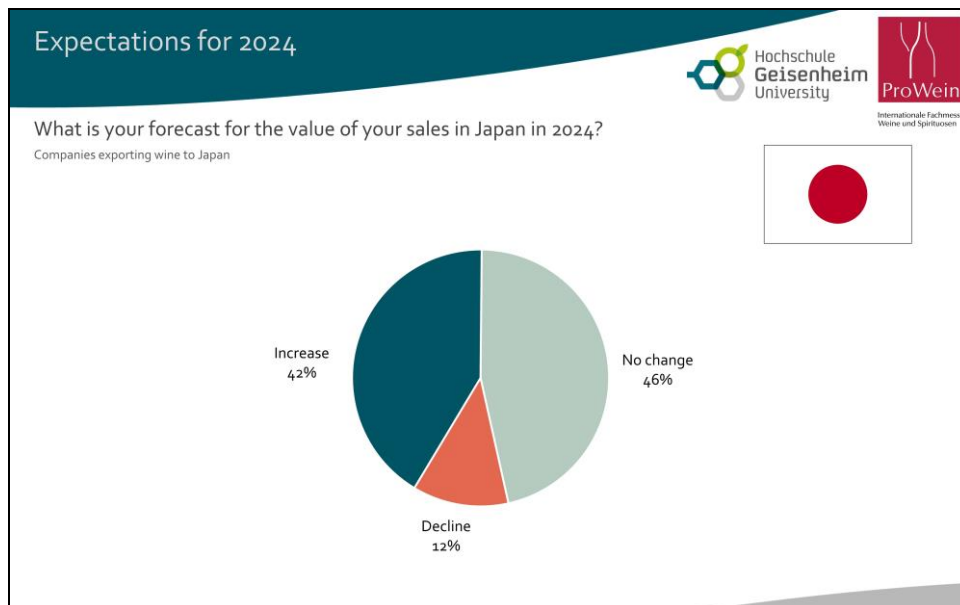


Figura 2 Expectativas de evolución de las exportaciones después del año 2024

Tendencias de productos con éxito en Japón

¿Qué tipos de vino tienen las mejores oportunidades de venta en Japón? Los exportadores esperan que los vinos blancos, que también maridan especialmente bien con la cocina japonesa, sean los que tengan una mayor demanda. En segundo lugar, se encuentran los vinos tintos, seguidos por los vinos espumosos. Los expertos también ven oportunidades de venta para los vinos dulces de alta calidad, tales como el vino de hielo, el Oporto y el vino de Madeira. Actualmente los exportadores únicamente esperan una demanda limitada de vinos naturales, rosados y vinos sin alcohol y de poca graduación en Japón.

De este modo Japón se aparta algo de la tendencia global, en la que los vinos blancos (63%) y vinos espumosos (61%) encabezan actualmente la lista de tendencias de forma clara y los vinos tintos (28%) se encuentran en estos momentos claramente por detrás de los vinos rosados (52%) y los vinos sin alcohol y de baja graduación (42%) (los detalles seguirán en el Special ProWein Business Report «No-Low-Wines»). Por lo tanto, Japón sigue siendo desde el punto de vista

de los expertos, un excelente mercado para los vinos tintos, especialmente para los vinos tintos Premium.

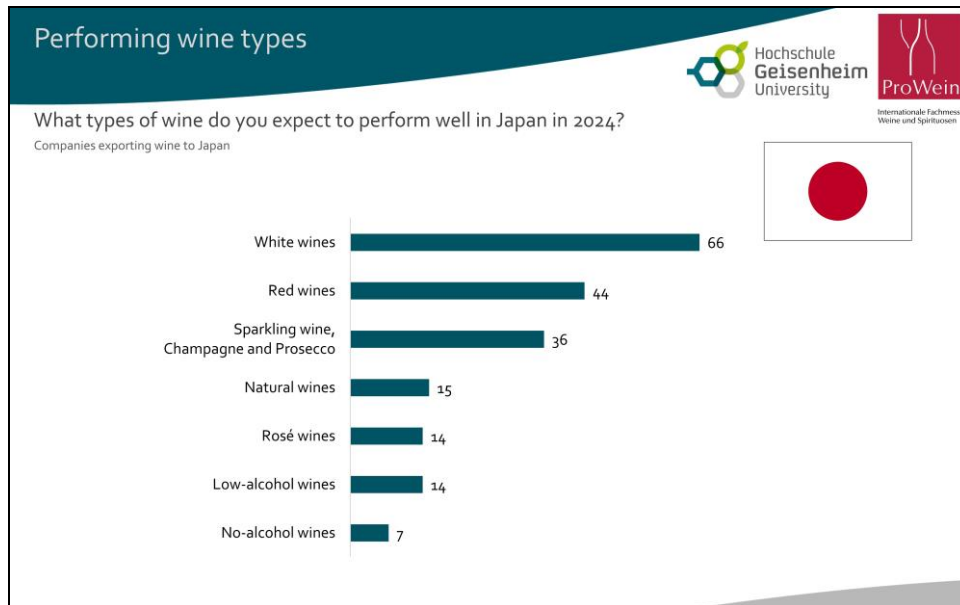


Figura 3 Expectativas para los tipos de vino con éxito en Japón

El ranking en la figura 3 es un resultado de encuesta muy sólido, válido con independencia de la procedencia de los exportadores encuestados. Los expertos proceden de países vitivinícolas muy diversos. A la cabeza se sitúan Italia, España, Francia y el Nuevo Mundo, seguidos de los países vitivinícolas más pequeños Alemania, Portugal y Austria. Aun cuando estos distintos países de origen se diferencian en sus productos principales respectivos, los expertos están absolutamente de acuerdo en el orden relativo de los tipos de vino que cuentan en Japón con las mayores oportunidades de éxito.

Únicamente en los valores absolutos existen pequeñas diferencias. De este modo, casi el 80% de los exportadores austriacos y alemanes ven los vinos blancos a la cabeza en Japón, mientras que en otros países vitivinícolas son más bien el 60%. También la categoría de vinos espumosos tiene, según los exportadores de Francia e Italia,

con sus potentes marcas Champagne, Prosecco y Crémant, con un 45% en Japón, una demanda algo superior a la media.

Factores de éxito y desafíos para la exportación de vino a Japón

Para poder entrar con éxito en el mercado, el mercado de vino japonés sitúa a los exportadores ante diversos desafíos. Desde el punto de vista de los exportadores que ya actúan en el mercado, la creación de una relación a largo plazo con un importador de renombre y el cumplimiento de estándares de calidad muy elevados son claramente más importantes que las propiedades del vino a vender en Japón (figura 4). El origen, sabor, calidad y fama de la marca de vino son, según lo anterior, menos importantes que la colaboración con un importador serio y prestigioso, que trabaje en pro del propio producto.



Figura 4 Factores de éxito para la exportación de vino a Japón

«En Japón se precisa un importador con una buena red de distribución que se concentre en el propio producto.». «El principal reto consiste

en encontrar al importador adecuado y tener paciencia en crear y consolidar esta relación». La fuerte competencia por captar la atención de los importadores y agentes de más éxito en Japón es, desde el punto de vista de los expertos encuestados, el mayor obstáculo para entrar en el mercado. Por la experiencia de los exportadores que hasta ahora ya han tenido éxito, el mercado no puede incorporar de forma ilimitada a nuevos productores y a nuevos vinos a través de estas redes comerciales consolidadas existentes en el país.

Desde el punto de vista de las empresas que quieren exportar a Japón, la búsqueda de un importador de esta naturaleza es el mayor desafío, con diferencia (figura 5). Como primera gran feria profesional internacional en Japón, ProWine Tokyo ofrece una plataforma ferial importante para conocer personalmente *in situ* importadores potenciales y crear relaciones comerciales personales.

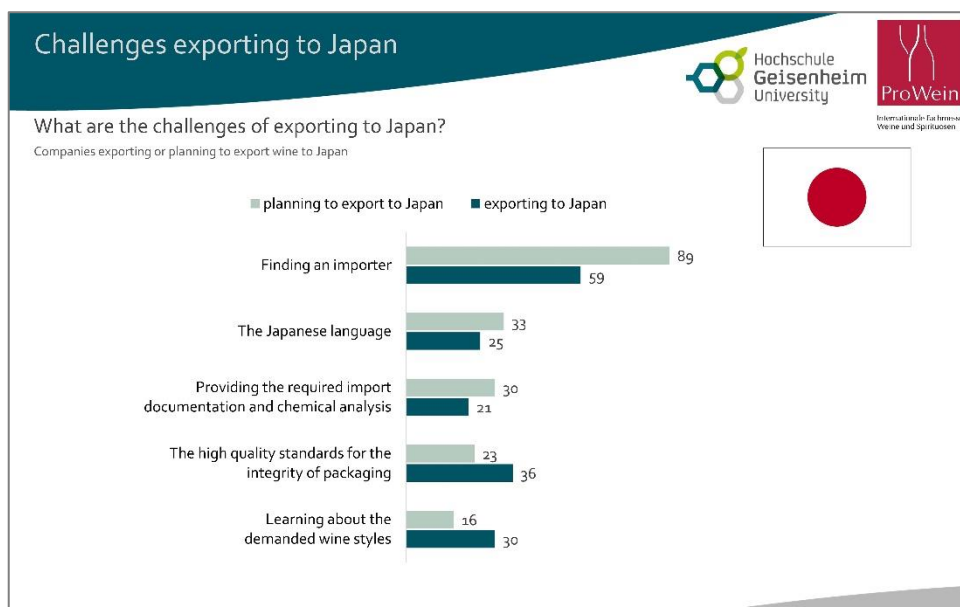


Figura 5 Desafíos para la exportación de vino a Japón

Pero los exportadores a Japón exitosos hablan también de una brecha cultural que se debe superar y que va mucho más allá de un idioma extranjero. «La cultura y gastronomía japonesas son muy específicas,

al igual que la relación con el tiempo y la jerarquía. Los consumidores e importadores son muy exigentes y prestan atención a criterios que quizá parezcan molestas nimiedades».

Las empresas que quieren exportar a Japón parecen infravalorar en un primer momento estos altos estándares de calidad (figura 5). Solo una de cada cuatro empresas que quieren exportar a Japón ven en los elevados estándares de calidad un desafío. En cambio, entre las empresas que ya tienen experiencia en el negocio japonés, son más de una de cada tres empresas.

Por contra, los exportadores experimentados consideran con menos frecuencia la lengua japonesa, así como la documentación y análisis químicos necesarios como obstáculos, que las empresas que quieren exportar a Japón. Estos obstáculos parecen, por lo tanto, ser más fácilmente superables que lo temido a priori antes de entrar en el mercado.

En cuanto feria especializada de vinos más importante de Japón, ProWine Tokyo es hoy y en el futuro una plataforma importante para reunirse personalmente *in situ* con importadores potenciales, crear relaciones comerciales personales y entender e implementar las exigencias específicas del mercado.

Información para las redacciones:

Encontrarán material gráfico de alta definición sobre ProWein en nuestra base de datos de fotografías en el área «Media & News» en www.prowein.com

Contacto de prensa ProWein en Messe Düsseldorf:

Christiane Schorn
Tel.: 0211/4560 –991 | SchornC@messe-duesseldorf.de

Monika Kissing
Tel.: 0211/4560 –543 | KissingM@messe-duesseldorf.de

Caroline Herbertz

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

Luisa Harnau

Tel.: 0211/4560 – 539 | HarnauL@messe-duesseldorf.de

Más información en:

www.prowein.com o en las redes sociales

Facebook: www.facebook.com/ProWein.tradefair

Instagram:

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