

Mercato dei prodotti biologici in Giappone 2019

AMBASCIATA D'ITALIA TOKYO
SEZIONE PER LA PROMOZIONE COMMERCIALE



Ministero dello Sviluppo Economico



Regolamenti di certificazione dei prodotti biologici in Giappone



In Giappone, i prodotti alimentari biologici sono regolati dalla **legge JAS**, "Legge per standardizzare i prodotti agricoli e forestali e per indicare correttamente la qualità del prodotto". La legge JAS è emanata secondo le linee guida della Commissione del Codex Alimentarius.

I prodotti alimentari che soddisfano gli standard biologici JAS possono applicare il **logo biologico JAS**. I prodotti alimentari non certificati con lo stesso logo, invece, non possono riportare ne' «organic» ne' «bio» sulla confezione.

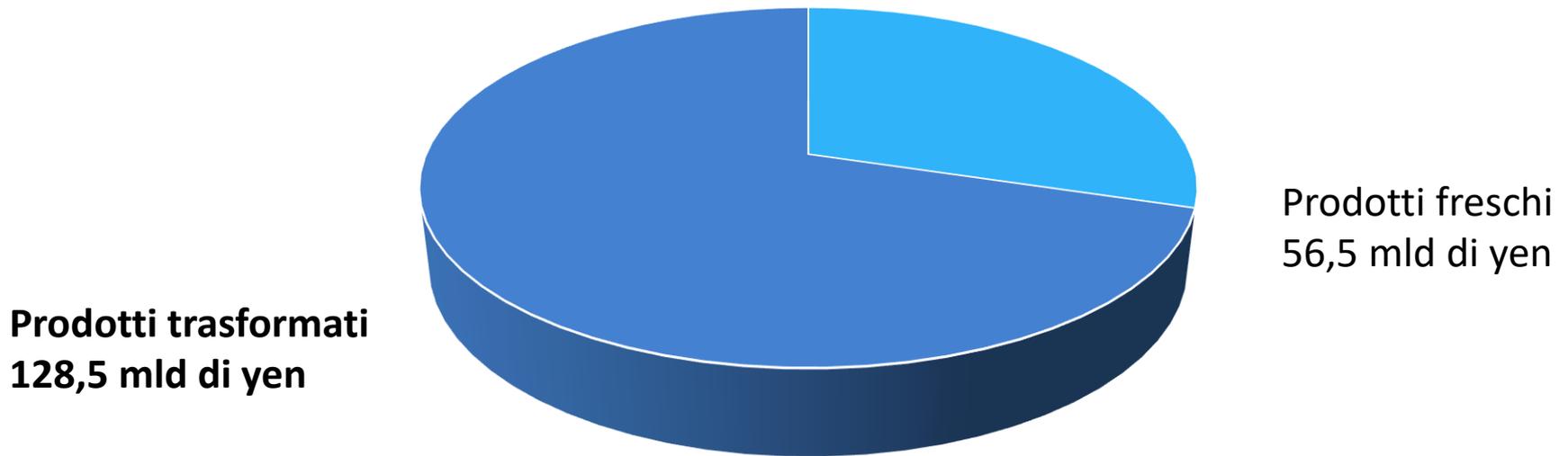
Stakeholders nel systema JAS Organic

Ad agosto 2019 i numeri delle parti interessate nel Sistema JAS Organic erano i seguenti:

- **Organizzazioni accreditanti (laboratory): 55**
di questi 12 sono in grado di certificare aziende all'estero.
- **Produttori: 2.104**
- **Re-packer: 486**
- **Importatori : 107**
si occupano delle importazioni dei prodotti certificati, equivalenti alla certificazione JAS.
- **Ristoranti : 13**
(solo dal 2017)

Mercato dei prodotti agroalimentari biologici in Giappone

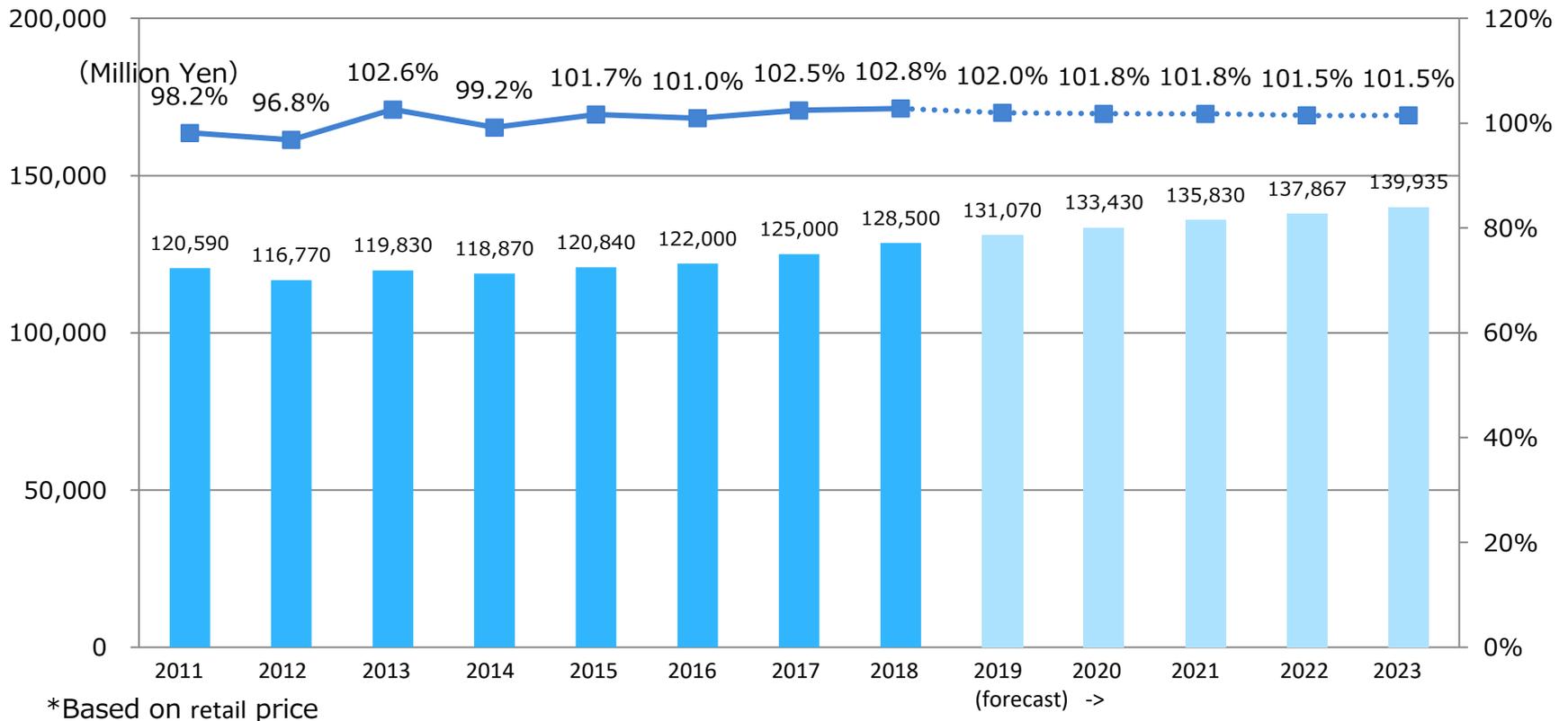
Nel 2018 la dimensione del mercato dei prodotti agroalimentari bio in Giappone era stimata a **185 miliardi di yen** (ca. 1,6 miliardi di euro):



Fonte: Ministry of Agriculture, Forestry, and Fisheries 2019

Mercato dei prodotti agroalimentari trasformati biologici

Il Mercato sta crescendo a un tasso del 2% circa. Nel 2018 il fatturato e' stato di 128,5 miliardi e nel 2020 (anno delle Olimpiadi) e' previsto raggiungere i 133,4 miliardi di yen.

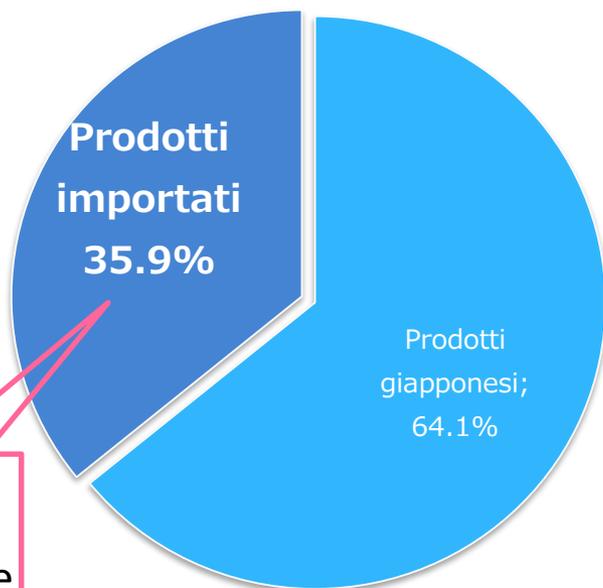


Fonte: Yano Research Institute Ltd.

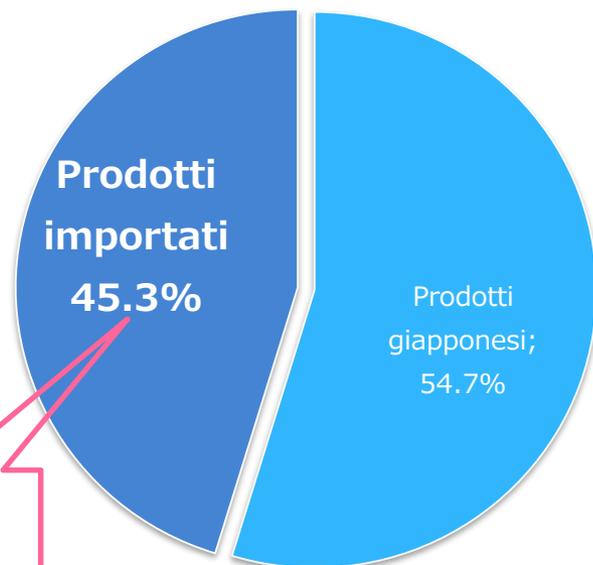
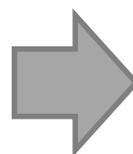
Mercato dei prodotti agroalimentari importati

Dal 2012 al 2017, nei 5 anni, la quota dei prodotti importati e' aumentata dal 35,9% al 45,3%, mentre quella dei prodotti domestici (giapponesi) e' diminuita dal 64,1% al 54,7%.

Volume delle spedizioni dei prodotti bio (2012)



Volume delle spedizioni dei prodotti bio (2017)

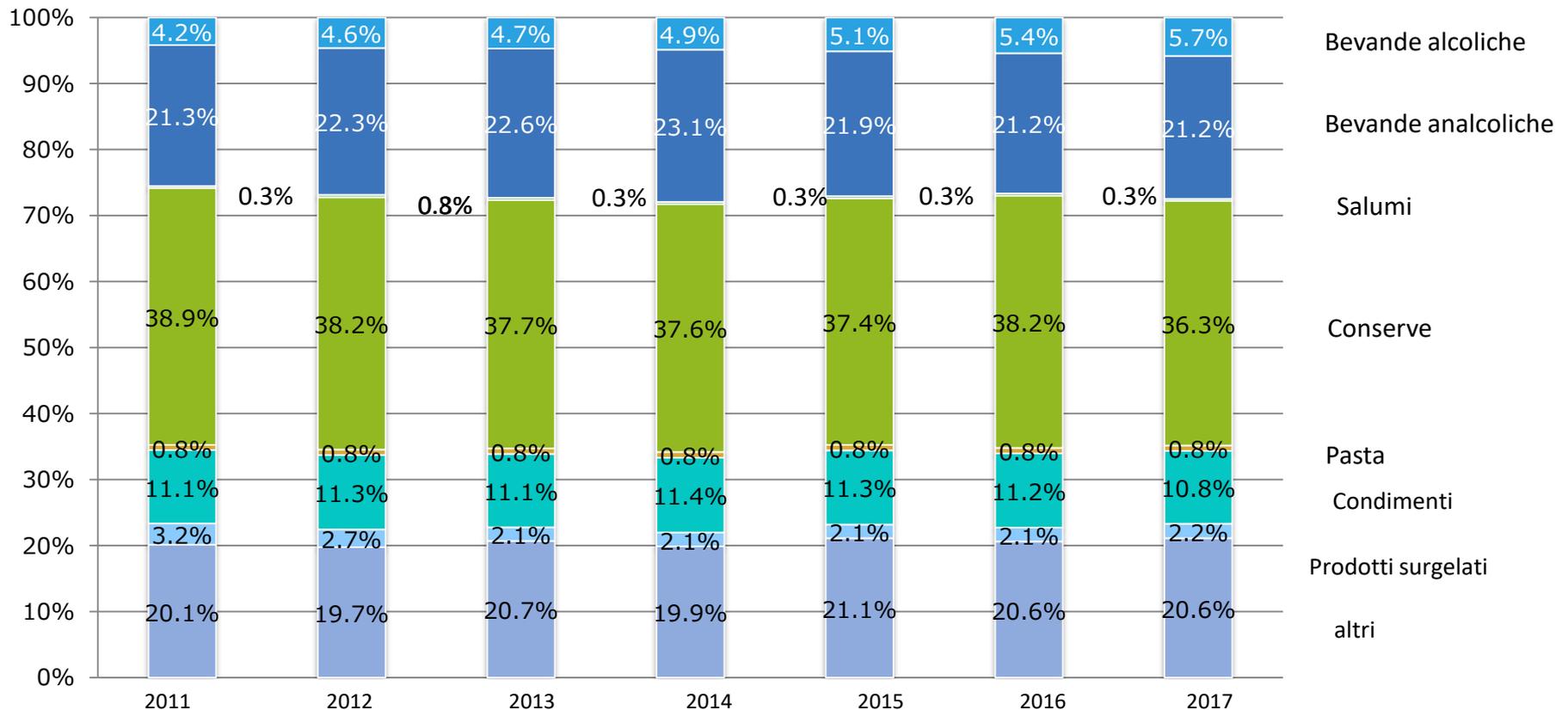


Fonte: Yano Research Institute Ltd.

Composizione del mercato

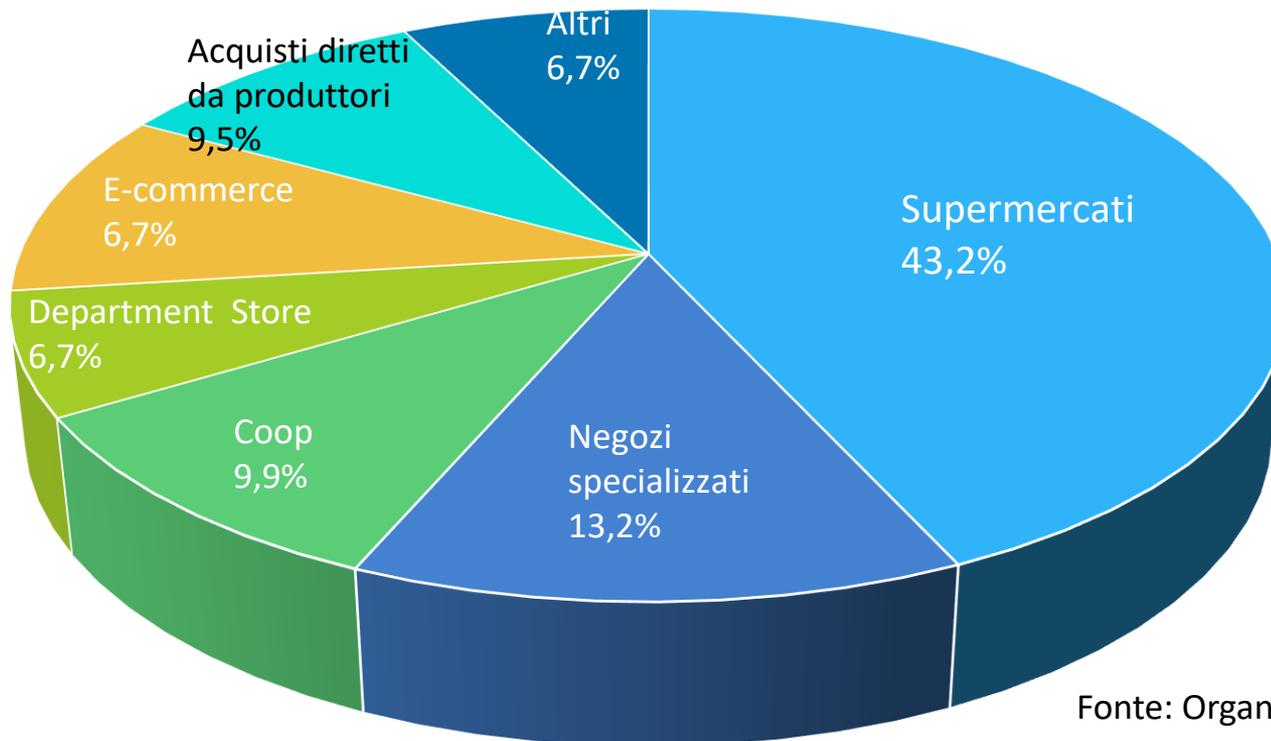
- tipologie di prodotto

Le tipologie di prodotto prevalenti nel mercato sono **conservas** (40%) e **bevande analcoliche** (20%). La quota di bevande alcoliche (vini) nel mercato e' ancora limitata, ma e' rilevante il tasso di crescita annuale: **+6%**



Canali di distribuzione nel settore Retailing

Oggi il canale piu' prevalente e' **la GDO, supermercati (43,2%)** . Negli anni 60 e 70, i prodotti bio si distribuivano solo tra i gruppi chiusi, agricoltori appassionati e/o seguaci della dieta microbiotica: vendita per corrispondenza con la consegna a domicilio.



Fonte: Organic Vilage Japan 2018

Supermercati

Nome della catena	Fatturato mln di yen	Nr. punti vendita	Sito web
Aeon	8.518.000	21.996	https://www.aeon.info/
Kodawariya	5.100	41	https://www.kodawariichiba.com/
Fukushimaya	5.200	10	http://fukushimaya.net/
Natural House	3.900	15	https://www.naturalhouse.co.jp/
Bioral	900	1	http://www.lifecorp.jp/store/bio-ral/
Bio c'e' Bon	250	13	https://www.bio-c-bon.jp/
F & F	n.c.	22	https://www.shizensyoku-ff.com/company/

E-commerce

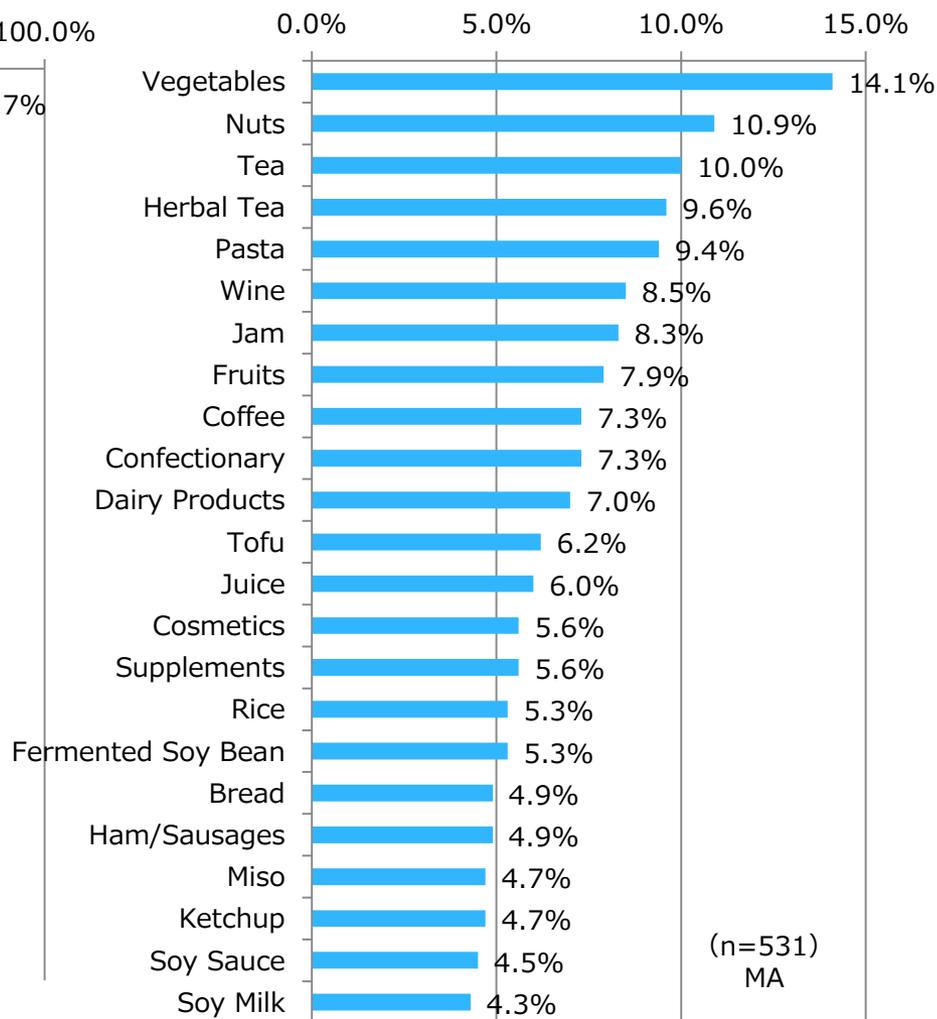
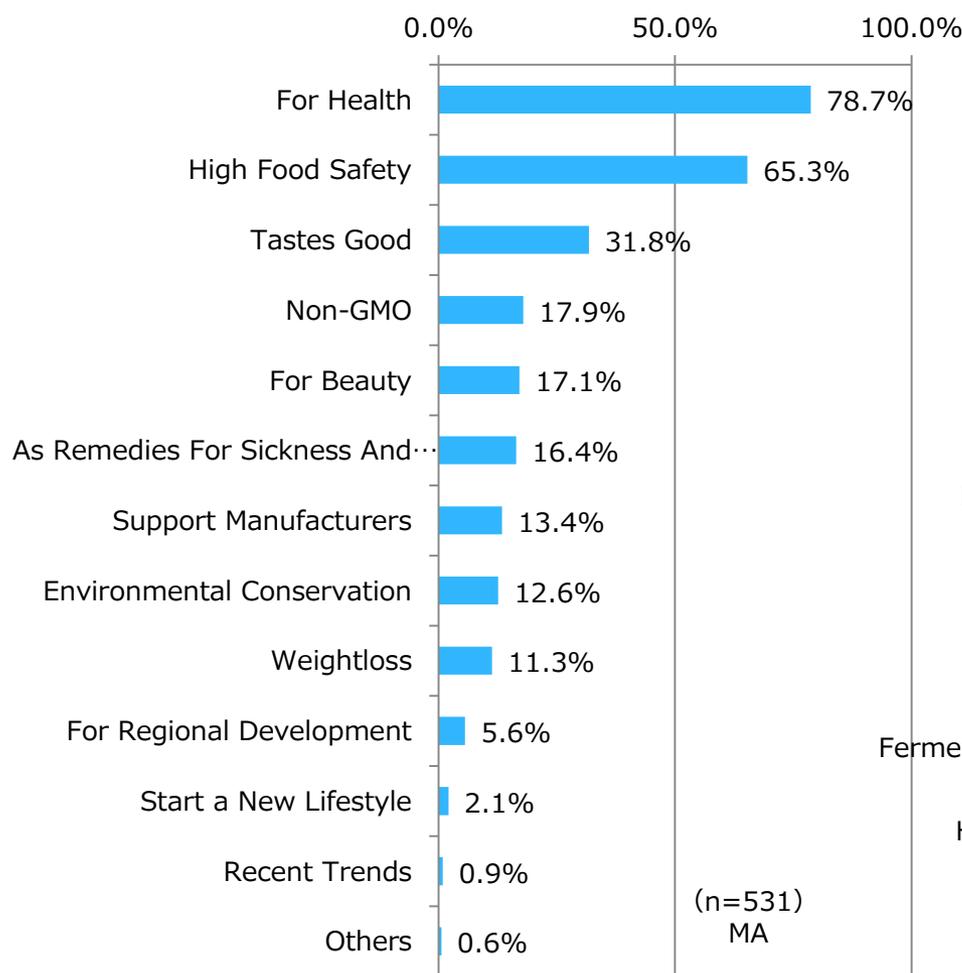
Nome	Fatturato mln di yen	Sito web
Daichi wo Mamoru	10.900	https://takuhai.daichi-m.co.jp/
Radish boya	18.000	https://www.radishbo-ya.co.jp/shop/
Bio marche	3.400	https://biomarche.jp/
Saka no Tochu	280	https://www.on-the-slope.com/
Polan	n.c.	https://www.e-pod.jp/hd/
Yotsuba(Hikobae)	5.400	https://www.yotuba.gr.jp/

Ristoranti riconosciuti JAS Organic

Nome del ristorante	ubicazione	Nr. di capienza	Tipologia della cucina	Sito web
HIROBA	Tokyo	100	All Genre	http://www.crayonhouse.co.jp/shop/pages/restaurant.aspx
PizzeriaTrattoria Naples	Tokyo	80	Italian	https://napule-pizza.com/aoyama/
	Tokyo	104	Italian	https://napule-pizza.com/midtown/
	Yokohama	85	Italian	https://napule-pizza.com/yokohama/
	Tokyo	48	Italian	https://napule-pizza.com/ikebukuro/
Ristorante Italiano Etruschi	Tokyo	150	Italian	https://etruschi.jp/
Organic Restaurant Taritotto	Kumamoto	17	Italian	https://www.taritotto.com/
BOMBAY BAZAR	Tokyo	34	Cafe	https://www.bombaybazar.jp/
YU GYO	Osaka	75	Japanese	http://yu-gyo.net/
Chavi Pelto	Soka	7	Eat-in Space	http://www.chavipelto.co.jp/
Natural food store FARM	Fukuoka	Long-term leave	Café	http://www.farm-1.net/board/board.html?code=kabako_hompee1
Chiisanate	Miyazaki	10	Cafe	https://chiisanate.com
Ristorante ACQUA PAZZA	Tokyo	60	Italian	https://acqua-pazza.jp/

Trend dei consumatori:

Motivi per cui acquistare prodotti biologici e tipologie di prodotti organici richiesti



*SA = Single answers

MA = Multiple answers

Peculiarita', criticita' e potenzialita' del mercato bio in Giappone - in relazione ai prodotti Made in Italy bio

Sebbene il mercato biologico in Giappone continui a crescere, la domanda di prodotti biologici non è ancora realizzata sufficientemente, se confrontata con quella di altri paesi sviluppati.

Le attuali dimensioni del mercato giapponese (prodotti trasformati) e' di circa 130 miliardi di yen. Considerando quelle di USA e UE, l'obiettivo dovrebbe essere di circa 1 trilione di yen.

L'agricoltura biologica è difficile in Giappone a causa del clima caldo e umido e, quindi, la produzione nazionale dei prodotti agroalimentari trasformati e' ancora limitata. **La percentuale di prodotti importati nel mercato degli alimenti trasformati è in costante aumento.**

Tra i vari prodotti Made in Italy bio, i **vini** attirano recentemente l'interesse sia da parte degli importatori che dei consumatori. Il **vino biologico dovrebbe crescere ulteriormente.**

Di recente, il marchio DOP/IGP ha iniziato a essere riconosciuto in Giappone. Il riconoscimento dei DOP/IGP e la certificazione BIO non sono in concorrenza, ma sono simili dal punto di vista del marketing, in quanto aggiungono valore al prodotto. Per non pochi importatori e' difficile differenziare le modalita' della vendita di entrambi.

Gran parte dei consumatori giapponesi sceglie il biologico per **benefici per la salute e la sicurezza alimentare**, non per la sostenibilita' ambientale. Per aumentare ulteriormente la domanda di prodotti biologici, potrebbe essere necessario aumentare l'interesse per la conservazione ambientale.

Grazie e arrivederci a Tokyo

tokyo@ice.it



Ministero dello Sviluppo Economico

