



Martedì 24 Febbraio 2026

[Notizie mercati esteri](#) [1]

San Valentino in Giappone: un'opportunità d'oro per il cioccolato italiano

In Giappone, il 14 febbraio le protagoniste sono le donne. A differenza della tradizione occidentale, sono loro a prendere l'iniziativa regalando cioccolato agli uomini, in una festa che da semplice operazione commerciale degli anni Cinquanta si è trasformata in un fenomeno sociale complesso e stratificato. [Non esiste un solo tipo di cioccolato](#) [2]: c'è l'*honmei-choco*, il "cioccolato del vero sentimento" destinato alla persona amata, spesso preparato in casa con cura e dedizione; il *giri-choco*, il "cioccolato d'obbligo" per colleghi e conoscenti; il *tomo-choco* per le amiche; e persino il *jibun-choco*, quello che le donne comprano per se stesse. Un mese dopo, il 14 marzo, arriva il [White Day](#) [3]: gli uomini ricambiano con regali che tradizionalmente dovrebbero valere il doppio o il triplo di quanto ricevuto. Questa peculiare tradizione genera ogni anno miliardi di yen in vendite e rappresenta un terreno fertile per i produttori di cioccolato premium, soprattutto quelli italiani.

[Il mercato giapponese del cioccolato](#) [4] vale oggi 5,73 miliardi di dollari e si prevede raggiungerà i 6,5 miliardi entro il 2030. Il Giappone si conferma [tra i primi dieci importatori mondiali di cioccolato](#) [5], con acquisti concentrati principalmente da Belgio, Svizzera e Stati Uniti, ma con una crescente attenzione verso i prodotti artigianali di alta gamma. Proprio in questo segmento premium, [il cioccolato italiano sta guadagnando terreno](#) [6]: nel 2024 l'export italiano del settore ha registrato una crescita straordinaria del 17,2%, raggiungendo un valore totale di 2,88 miliardi di euro. Questo risultato colloca il cioccolato tra i comparti con la crescita più significativa dell'intero settore agroalimentare italiano. La produzione nazionale ha toccato quota 372.665 tonnellate per un valore di 6,607 miliardi di euro, con un incremento del 6% rispetto all'anno precedente.

[I brand italiani stanno conquistando quote di mercato nei segmenti premium](#) [7] grazie alla qualità superiore e all'artigianalità riconosciuta a livello globale. Ferrero, con i suoi iconici Kinder e Ferrero Rocher, ma anche realtà artigianali come Venchi e Amedei, rappresentano l'eccellenza del Made in Italy in un mercato che valorizza particolarmente i prodotti con packaging elegante, sapori innovativi e ingredienti naturali. [I dati dell'Agenzia ICE](#) [8] confermano che nel 2024 le importazioni agroalimentari giapponesi dall'Italia sono aumentate del 14%, con il cioccolato che figura tra le categorie premium in forte crescita insieme a olio d'oliva, vini e formaggi.

L'evoluzione della tradizione di San Valentino sta creando nuove opportunità per i produttori italiani. Nel 2026, il [giri-choco è ormai quasi scomparso](#) [9]: [sondaggi recenti](#) [10] mostrano che solo l'11,7% delle donne pianifica di regalare cioccolato individualmente ai colleghi di lavoro, e l'82,2% delle lavoratrici preferisce non partecipare alle



usanze di San Valentino in ufficio. Al contrario, crescono in modo esponenziale gli acquisti di cioccolato premium per se stesse: il 21,7% delle donne pianifica di comprare *jibun-choco* nel 2026, con un aumento del 164% rispetto all'anno precedente. Anche il *tomo-choco* per le amiche rimane stabile e in crescita, con il 13,9% delle donne che sceglie questa categoria. Questa tendenza favorisce i brand che offrono prodotti artigianali e edizioni limitate, esattamente il posizionamento ideale per l'eccellenza italiana.

Il periodo di San Valentino in Giappone si traduce in un [picco di vendite](#) [11] che i grandi magazzini preparano con settimane di anticipo, allestendo intere sezioni dedicate al cioccolato già da metà gennaio. La Chocolate & Cocoa Association of Japan stimava nel 2005 spese per circa 400 milioni di dollari solo per San Valentino, cifra che è cresciuta significativamente negli anni successivi nonostante il calo del *giri-choco*, grazie all'aumento della spesa media per *honmei-choco* premium e *jibun-choco* di lusso. Tuttavia, il mercato deve affrontare nuove sfide: i prezzi del cioccolato a Tokyo sono aumentati del 24,4% su base annua nel gennaio 2026, più del triplo rispetto all'aumento medio del 7,2% per i dolci in generale, a causa dell'instabilità dell'offerta di cacao e della debolezza dello yen.

Nonostante ciò, la domanda di cioccolato fondente ad alto contenuto di cacao è in espansione, trainata da studi sui benefici per la salute, mentre emergono nuove nicchie come i prodotti vegani, senza glutine e con certificazioni etiche, tutti settori dove l'innovazione italiana può distinguersi. Per i brand italiani, la chiave del successo risiede nel posizionamento su segmenti di alta gamma, sfruttando ingredienti regionali come pistacchio siciliano o nocciola piemontese, e packaging raffinato che rispecchia l'estetica giapponese dell'eleganza discreta.

Con un mercato in crescita verso i 6,5 miliardi di dollari entro il 2030 e consumatori sempre più sofisticati, il Giappone rappresenta oggi una delle destinazioni più promettenti per l'export dolciario italiano.

(Contributo editoriale a cura della [Camera di Commercio Italiana in Giappone](#) [12])

Ultima modifica: Martedì 24 Febbraio 2026

Condividi

Reti Sociali

ARGOMENTI

[Agroalimentare](#) [13]

Source URL: <https://www.assocamerestero.com/notizie/san-valentino-giappone-unopportunita-doro-cioccolato-italiano>

Collegamenti

[1] https://www.assocamerestero.com/notizie/%3Ffield_notizia_categoria_tid%3D1122

[2] <https://www.agrodolce.it/san-valentino-in-giappone-mille-e-uno-tipi-di-cioccolato-da-regalare>

[3] <https://www.culturagiapponese.it/approfondimenti/155-san-valentino-in-giappone>

[4] <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/japan-chocolate-market>

[5] <https://ufoodin.com/it/top-10-chocolate-importing-countries/>

[6] <https://www.greatitalianfoodtrade.it/en/dolci-italiani/cioccolato-italiano-export-2025-nutraceutica-sostenibilita/>

[7] <https://weitnauer.com/chocolate-market-trends-distribution>

[8] <https://www.ice.it/it/area-clienti/eventi/dettaglio-evento/2025/C1/003>

[9] <https://www.ikedaspa.com/blog/valentines-day-in-japan/>

[10] <https://www.belongingjapan.com/culture/seasonal-customs/valentines-day-japan/>

[11] <https://www.gourmetpro.co/blog/confectionery-market-in-japan>

[12] <https://www.assocamerestero.it/ccie/camera-commercio-italiana-giappone>

[13] <https://www.assocamerestero.com/ricerca-per-argomenti/%3Ftid%3D481>

