

Primo Piano - *Giappone, il mercato della frutta di lusso tra record alle aste e tradizione culturale: mele a 80 euro l'una e meloni al prezzo di un'auto*

Roma - 16 nov 2026 (Prima Notizia 24) **A Hakodate, nell'isola di Hokkaido, una cassetta da sette mele Nanamitsuki è stata battuta per 100mila yen, pari a circa 565 euro. Un fenomeno che intreccia l'antica arte del dono, lavorazioni artigianali estreme e un comparto da oltre 17 miliardi di dollari.**

Mentre in Italia la frutta resta un alimento quotidiano da acquistare al chilo e consumare rapidamente a fine pasto, in Giappone può trasformarsi in un bene di lusso esclusivo, un oggetto di rappresentanza da donare a un cliente importante, a un superiore o persino al primo ministro. L'ultimo primato arriva da Hakodate, sull'isola settentrionale di Hokkaido, dove la prima asta stagionale ha visto aggiudicare per 100mila yen — circa 565 euro, ovvero oltre ottanta euro a frutto — una cassetta contenente sette mele della pregiata varietà Nanamitsuki, caratterizzata dalla buccia gialla striata di rosso. Un episodio tutt'altro che isolato nel panorama nipponico, dove singoli esemplari vengono trattati come autentici pezzi d'oreficeria, custoditi in confezioni eleganti ed esposti in boutique dedicate. Per comprendere quotazioni che alle nostre latitudini appaiono surreali occorre guardare innanzitutto al tessuto culturale del Paese. Nella società giapponese, infatti, la frutta di fascia alta non risponde a un semplice bisogno alimentare, ma incarna un codice sociale legato al prestigio, alla gratitudine e all'omotenashi, la filosofia dell'ospitalità e della cura minuziosa verso l'ospite. che affonda le proprie radici negli antichi riti in cui i prodotti della terra venivano offerti agli dei e agli antenati per propiziare i raccolti, e che sopravvive oggi soprattutto durante le due grandi stagioni dello scambio di regali: l'Ochugen a luglio e l'Oseibo a dicembre. Accanto al valore simbolico pesa però un sistema produttivo quasi maniacale, che richiede tempi lunghissimi e un impiego intensivo di manodopera. Il caso più emblematico è rappresentato dai celebri meloni Yubari, coltivati anch'essi a Hokkaido: per concentrare tutte le sostanze nutritive in un unico esemplare, gli agricoltori lasciano crescere un solo frutto per pianta, seguendolo per circa tre mesi con controlli costanti, proteggendolo dalla luce solare diretta, ruotandolo a mano per uniformarne la maturazione e persino massaggiandolo con appositi guanti. Solo gli esemplari che raggiungono una sfericità impeccabile, una rete esterna regolare e parametri di peso e dolcezza rigorosi accedono al mercato premium. Lo stesso standard selettivo riguarda le fragole, gli acini d'uva e i manghi, in un contesto reso ancora più complesso dalla scarsità di terre coltivabili — appena un terzo del fabbisogno alimentare interno — e dal forte invecchiamento della forza lavoro agricola, ridotta a poco più di un milione di addetti con un'età media di 69,2 anni secondo i dati del ministero dell'Agricoltura relativi al 2024. Le aste inaugurali della stagione diventano così il palcoscenico mediatico in cui distributori e grossisti si sfidano a suon di rilanci per assicurarsi i primi lotti, legando il proprio marchio a un prodotto simbolo di eccellenza. Oltre alle mele di Hakodate, gli annali registrano i 31.400 euro

sborsati all'asta di Sapporo dalla società Futami Seika per una coppia di meloni Yubari, i circa 10mila euro pagati al mercato di Tokyo per una cassetta di ciliegie Sato Nishiki — pari a 140 euro per singolo frutto — e i 10mila euro (1,2 milioni di yen) raggiunti nel 2020 nella prefettura di Ishikawa da un grappolo da 900 grammi di uva rossa Ruby Roman. Cifre eclatanti che hanno tuttavia una valenza prevalentemente simbolica e promozionale, ben distinta dai prezzi della distribuzione ordinaria. Nei comuni supermercati di Tokyo, infatti, la spesa quotidiana resta decisamente più accessibile: una vaschetta standard di fragole costa tra i 450 e i 650 yen, equivalenti a circa 2,50-3,50 euro, salendo intorno ai trenta euro per una confezione ricercata da quindici pezzi e superando gli otto euro al singolo frutto solo nelle selezioni super premium. La fascia del lusso estremo resta invece appannaggio di negozi storici come Sembikiya, fondato a Tokyo nel 1834, dove ogni pezzo viene presentato come un gioiello. Dietro questa nicchia d'élite si muove comunque un comparto agroalimentare imponente: secondo le stime di Mordor Intelligence, il mercato complessivo della frutta fresca in Giappone toccherà nel 2026 un giro d'affari di 17,07 miliardi di dollari, destinato a salire fino a 21,28 miliardi entro il 2031, con i prodotti d'eccellenza a fare da traino turistico e identitario per intere prefetture come Hokkaido e Yamagata.

(Prima Notizia 24) Lunedì 16 Novembre 2026