

5 strategie per affrontare il mercato norvegese

scritto da Agnese Ceschi | 17 Novembre 2021



Come adattarsi al mercato norvegese? Spesso i mercati dominati dal Monopolio, come quelli del Nord Europa, creano difficoltà o addirittura non vengono proprio approcciati per paura di affrontare la complessa burocrazia che il sistema comporta. Insomma, non ci sono molti giri di parole per dire che i produttori di vino spesso non gradiscono il Monopolio. Un via d'uscita però c'è sempre, anzi più di una: ciò che conta è studiare la strategia giusta, come sempre.

Per comprendere meglio la strategia da adottare abbiamo bisogno di elementi chiari e dati di mercato che solo un addetto al settore inserito nel sistema può darci. Oggi ci avvaliamo dei preziosi consigli di **Marius Odland, giornalista, sommelier e formatore norvegese**, fondatore della rivista Vin&Brennevin (www.vinbrennevin.no), di cui è stato direttore per 7 anni, e impegnato nel business delle bevande alcoliche.

“Il mercato degli alcolici in Norvegia è diverso da quello di altri Paesi, a causa della presenza del Monopolio come nella maggior parte dei mercati nordici.

La Norvegia è un Paese che conta circa **5,4 milioni di abitanti, di cui 700.000 solo ad Oslo**. Qui due terzi dei vini provengono dall'Europa ed i **vini rossi occupano il 50%** del volume totale. Tra i vini più venduti: Cabernet Sauvignon, vini della Valpolicella, Barbera piemontese, Montepulciano" spiega Marius Odland.

All'interno del complesso sistema norvegese sono presenti **300 negozi di proprietà del Monopolio**, a cui si arriva attraverso *tender* con cui ci si aggiudica la presenza sugli scaffali. Per fare ciò è necessario avvalersi dell'aiuto di uno dei **560 importatori** presenti nel Paese, gli unici a poter importare il vino nel Paese e tenere un magazzino, perchè il Monopolio non lo possiede.

Gli importatori sono anche gli unici ad avere un **web-shop**. Online è possibile acquistare vino ed è decisamente il canale con più possibilità di scelta con un *range* di circa **26.000 prodotti alcolici, contro i soli 2000 disponibili sugli scaffali** dei negozi.

Grande interesse si sta riscontrando per i prodotti con un basso o nullo quantitativo di alcol (+13%) e per il packaging ambientale di produzioni sostenibili e biologiche.

Come adattarsi dunque a questo mercato? Ecco i consigli del sommelier norvegese:

1 In Norvegia il **prezzo è quasi tutto**. Il Monopolio richiede la visibilità e un prezzo fisso del prodotto per avere successo.

2 Le **gare (tender) non sono in realtà una lotteria**, non vince il più fortunato, e non hanno alcuna flessibilità, ma sono (quasi) l'unico modo per avere successo in Norvegia. "Attenzione. Se anche solo uno dei dettagli presenti nelle specificità date dal Monopolio non coincide, è inutile partecipare al tender. Deve esserci una **coincidenza del 100%**".

Come fare dunque a vincere un tender? “I tender si vincono con una strategia vincente. Rivolgendosi al giusto importatore che vi darà le informazioni fondamentali per approcciare il mercato, i consumatori ed il Monopolio, troverete la strategia giusta. Una volta vinto il tender però non è finita: **bisogna dimostrare di vendere abbastanza nell’arco di 12 mesi**, se ciò accade si è dentro il sistema” racconta Odland.

3 Un altro modo per entrare senza un tender, sono le **wine fair locali organizzate dagli importatori** e sono un centinaio ogni anno. Sono un sistema unico, presente solo in Norvegia. Ciò permette ai produttori di lanciare prodotti e di invitare lo staff dei negozi locali del Monopolio a degustarli. I negozi locali del Monopolio possono scegliere liberamente fino al 20% dei vini dell’assortimento per questa selezione locale. Se lo fate 100 volte, potete entrare nei negozi anche senza vincere i tender.

“Dunque **ci sono due opzioni: aspettare con pazienza o agire**. Potete agire partecipando alle fiere locali e provando a proporre i vostri vini ai negozi locali, oppure aspettare con pazienza con esca un tender con le giuste specificità di vini e quantità che si adattano al vostro profilo” dice l’esperto.

4 È necessario un approccio diverso nei confronti dell’Horeca? Sono due canali distinti, ma non così lontani tra di loro. È possibile essere in entrambi i canali anche con gli stessi prodotti. I ristoranti comprano solo dagli importatori. Quasi tutti gli importatori lavorano con il Monopolio, pochi lavorano solo con l’Horeca.

5 **Studiare e riuscire a conoscere il sistema norvegese è essenziale** per evitare fraintendimenti e frustrazioni prima di approcciare una gara. Avere la giusta strategia adattata al mercato è molto importante.

Quello che funziona in Italia o in altro Paese al mondo non è detto che funzioni in Norvegia.