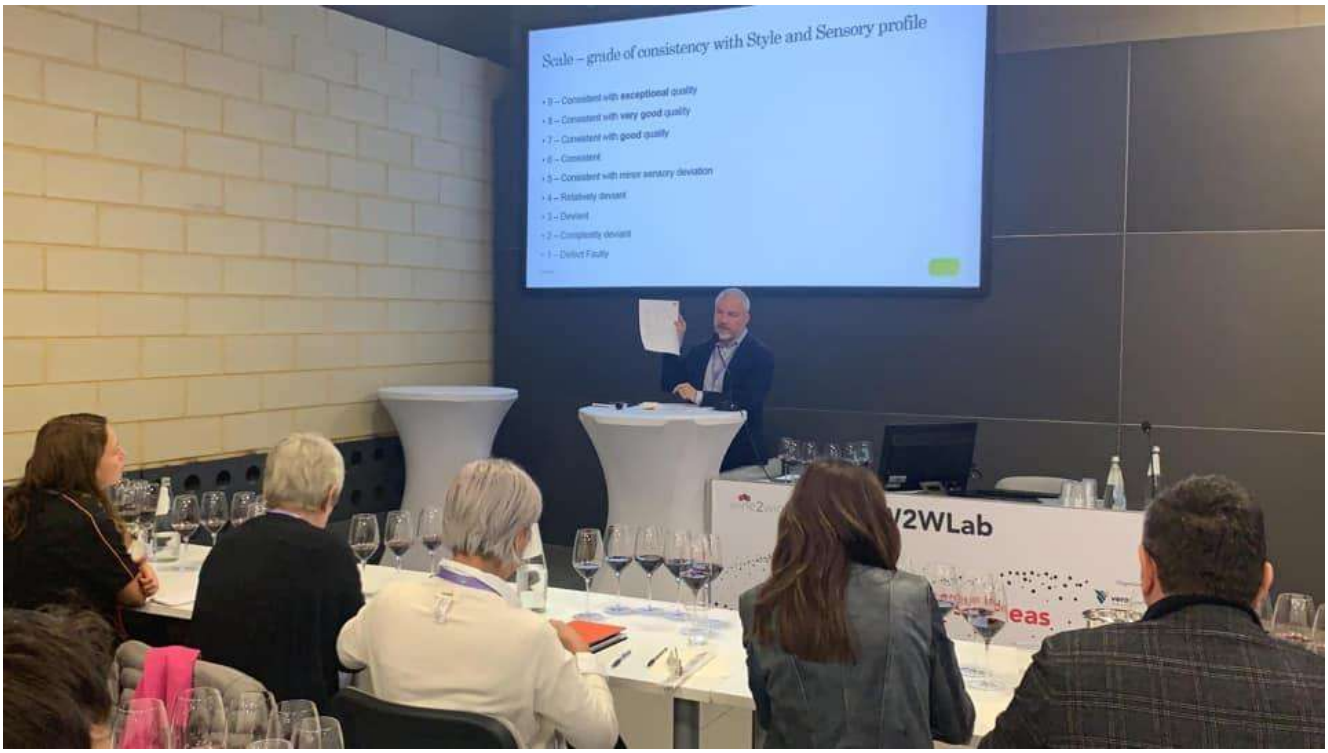
Come faccio a vincere un tender in Svezia?

scritto da Agnese Ceschi | 11 Dicembre 2019



La Svezia è uno dei mercati più attraenti ed interessanti per i vini italiani, e come potrebbe essere altrimenti visto che l'Italia è il Paese numero uno per importazione di vini, sia in valore che in volume? Questo, però, non rende il Paese scandinavo esente da difficoltà e ostacoli da superare, anzi, tra tutti i mercati europei ad oggi è uno dei più sfidanti: in primis per la presenza di un forte Monopolio, Systembolaget, che rende ogni importazione un processo molto articolato, e in secondo luogo per la complessità del sistema di tender – aste con cui il Monopolio acquista i vini.

Con grandi aspettative e la voglia di capirne qualcosa in più abbiamo approcciato una delle sessioni dello scorso Wine2wine, condotta da **Jonas H Röjerman**, **Master of Wine e Responsabile Qualità Prodotto** per il monopolio svedese che ci ha portato all'interno di una simulazione di un tender nel mercato svedese.

Accedere ai quasi **450 store del Systembolaget** non è cosa semplicissima, infatti, e il consiglio del Master of Wine è per prima cosa di comprendere il sistema di selezione. “Per prima cosa il monopolio svedese acquista vini solo dagli importatori svedesi, quindi se siete dei produttori intenzionati ad entrare nel mercato e pensate di accedere ad un tender vi consiglio di trovarne uno. Inoltre, vi consiglio caldamente di comprendere il profilo sensoriale del vino che stiamo cercando e solo così avrete delle ottime possibilità di vincere la selezione e battere i competitor” ha spiegato il Master of Wine. Per comprendere come il Monopolio seleziona i vini da inserire negli store, abbiamo partecipato dunque alla sessione in questione e ci sentiamo di affermare con sicurezza di avere le idee un pò più chiare ora. Ma facciamo un passo indietro.

Qual’è la ragione della presenza di un Monopolio in Svezia? Lo Stato possiede il Monopolio, che è lo strumento con cui esso si prende cura di monitorare la salute del popolo svedese. L’obiettivo è di costruire una società dove gli alcolici siano parte di uno stile di vita sano e piacevole.
I numeri del Monopolio sono interessanti: **5800 dipendenti suddivisi in 442 store, 470 agenti e 700 fornitori di bevande; 124 milioni visitatori negli store ogni anno e 16.000 prodotti in lista**.
“Secondo una survey che viene fatta ogni anno l’opinione degli svedesi è molto cresciuta nel corso del tempo nei confronti del monopolio, anche grazie al principio alla base della nostra filosofia che è la Brand neutrality: trasparenza, non discriminazione e oggettività nella scelta dei prodotti” racconta Röjerman. Il Systembolaget vende 200 milioni di litri di vino all’anno e l’Italia è il Paese numero uno per importazione sia in valore che in volume.

Venendo alle questioni più pratiche: **come avviene concretamente il processo di acquisto da parte del Monopolio dei prodotti alcolici?** “Il Systembolaget diffonde due volte

all’anno, a novembre e a marzo, un piano di lancio con analisi, trend e assortimento necessario sulla base di queste valutazioni. Questo piano è dunque una road map dei 6 mesi a venire. Un utile strumento per i produttori intenzionati ad approcciare il mercato, che ricordo devono prima avere un importatore, filtro necessario con il Monopolio” spiega il Master of Wine.
Una volta lanciato il tender, i vini che corrispondono alle richieste organolettiche e territoriali accedono alle semi-finali dove di solito ci sono più di 12 campioni in degustazione.
Facciamo l’esempio del vino della simulazione: il Monopolio sta cercando un Primitivo di Manduria con le seguenti caratteristiche: “we seek a wine with good typicality of its origin with notes of cherry, plums, herbs, tobacco and with a well-integrated oak character”.
Ebbene, nelle semifinali un gruppo di tre esperti formati per la selezione ed altamente qualificati sceglie con un criterio molto semplice i vini che rispondono o meno a queste caratteristiche organolettiche.
Successivamente viene assegnato ai vini un punteggio da 1 a 9 che determina la scala della corrispondenza al profilo organolettico. La scala da 1-9 che definisce il grado di coerenza con lo stile e il profilo sensoriale richiesto: tra i punteggi considerati sufficienti “6 consistent; 7 good quality; 8 very good quality; 9 exceptional quality”.

Infine, alla finale accedono solo i vini che superano i 6 punti e rimangono 4 vini che sono quelli a cui viene data la priorità nell’acquisto, prima però viene effettuata l’analisi chimico-sensoriale da parte del laboratorio di analisi del Monopolio.
“**Capire lo stile e il profilo sensoriale è la chiave per vincere il tender.** Dunque per prima cosa chiedetevi se la richiesta del Monopolio corrisponde a quello che avete da offrire e solo dopo fate domande per poter partecipare” conclude l’esperto. Questo dunque è il consiglio con cui

abbiamo lasciato la sessione ed è quello che ci sentiamo di dare a tutti coloro che pensano di approcciare questo mercato o si sono chiesti più volte perché non sono mai riusciti a vincere un tender. Agire di strategia è sempre la soluzione migliore!