Don’t drink less, drink better!

scritto da Redazione Wine Meridian | 23 Settembre 2019



Come tradizione, sarà la capitale Oslo ad accogliere la tappa scandinava dell’evento ideato da (Iem) International Exhibition Management. Le aziende italiane protagoniste incontreranno il trade locale lunedì 23 settembre negli eleganti spazi del Gamle Logen (Grev Wedels Plass 2).

La giornata si apre alle ore 11 con una sessione di incontri B2B con importatori provenienti da Norvegia, Svezia e Danimarca. A seguire, Liora Levi, sommelier e wine expert di rilievo nel mondo scandinavo, condurrà il seminario **“Experience the Diversity of Italy”** (ore 12). Dopo il pranzo, dalle 14 alle 17.30, è la volta del grande walk-around tasting riservato a una selezione di importatori, distributori, venditori, stampa, opinion leader e rappresentanti del canale horeca.

È l’occasione giusta per presentare agli specialisti del settore anche prodotti ricercati e d’alta gamma. «La Scandinavia si conferma nel tempo un mercato dal grande potenziale, dove la qualità dei prodotti paga», spiega Marina Nedic, managing director di I.E.M. “i winelover norvegesi sono consumatori evoluti e con un elevato potere d’acquisto. E chiedono vini a maggior valore aggiunto, premiando le produzioni d’eccellenza italiane e francesi”. Secondo uno studio di Kantar TNS per Vinmonopolet, accanto a una di consumatori “cost-focused”, attenta al prezzo e orientata su prodotti semplici (19%), la grande maggioranza degli acquirenti è rappresentata da winelover in cerca di consigli sugli acquisti e aperta ad assaggiare nuove etichette (38%) e da conoscitori del mondo del vino, consapevoli dei propri gusti (un altro 31%); e non mancano i bevitori esperti, alla ricerca di nuove ispirazioni (12%).

Anche nel mondo del vino scandinavo è in atto una progressiva rivoluzione dei consumi, parallela al boom delle birre artigianali. Il consumo pro capite si attesta ancora sui 14 litri di vino all’anno, ma cresce l’interesse dei consumatori per tipologie più fresche e meno alcoliche, come rosé e sparkling wines: il trend è “less but better”. Una tendenza che sta prendendo piede nei centri urbani come nelle aree rurali, a pari passo con la diffusione di uno stile di vita più healthy, ma anche a causa delle conseguenze del climate change, che ha portato estati più lunghe e calde anche a queste latitudini.

Le importazioni di vino italiano riflettono i trend evidenziati. L’Italia è in testa alla classifica dei partner commerciali insieme alla Francia, con 118,53 milioni di euro per 266,06 mila ettolitri nel 2018 (quasi un terzo delle importazioni complessive: 373,14 milioni di euro e quasi 862 mila ettolitri). Seguono a grande distanza Spagna (36,61 milioni di euro), Germania (30,1 milioni di euro) e Stati Uniti (11,58 milioni di euro). Prosegue il trainante successo

del Prosecco, soprattutto tra le ultime generazioni di consumatori scandinavi, con incremento a doppia cifra in valore (11,33 milioni di euro, +10,6%) e un prezzo medio di tutto rispetto (4,7 euro al litro), parallelo alla richiesta di etichette più leggere, con residuo zuccherino contenuto. “Il mercato dei vini italiani Dop è ancora dominato dai rossi piemontesi e veneti (13,5 e 12,58 milioni di euro), ma scalpitano tipologie emergenti come i bianchi del nord est e l’Asti Spumante, che pur con valori assoluti ancora contenuti (890 e 580 mila euro), vedono una crescita superiore al +38%. Una nicchia promettente è rappresentata anche dai rossi più leggeri prodotti nelle regioni del nord: buone le performance del Trentino Alto Adige”, conclude **Marina Nedic**.

In Norvegia circa l’80% del mercato delle bevande alcoliche è controllato dal monopolio statale, Vinmonopolet, che gestisce anche negozi specializzati per la vendita al dettaglio. È quindi fondamentale creare solide relazioni commerciali con gli importatori dotati di licenza rilasciata dal monopolio. L’assortimento di Vinmonopolet si divide in cinque categorie di prodotto: una gamma base disponibile negli oltre 330 punti vendita; lotti unici, disponibili fino a esaurimento scorte; prodotti di prova, a scaffale per un periodo limitato; etichette da ordinare online e ulteriori prodotti ordinabili tramite grossista. Una selezione di etichette esclusive con disponibilità limitata è inoltre riservata a 18 negozi specializzati, di cui 7 dedicati ai vini di maggior pregio.