Finlandia così lontana eppure così vicina al vino italiano

scritto da Noemi Mengo | 21 Febbraio 2019



Un amore per l'Italia che va aiutato a crescere, a piccoli passi e partendo con la semplicità. La Finlandia non è uno dei mercati più semplici a cui accedere, il Monopolio rende le importazioni più difficili, ma partendo da un raggio d'azione ridotto, i risultati sembrano essere più che promettenti. Ce

lo conferma Timo Jokinen, un finlandese che ha vissuto metà della sua vita all'estero, principalmente nel Sud-Est Asiatico, ma che attualmente gestisce numerose attività in Finlandia, a partire dalla formazione al consumo del vino. La scorsa estate ha contribuito all'apertura del Ristorante WINEBRIDGE dove vengono organizzate serate formative sul vino e la cucina. Oltre a tutto questo, è anche importatore di vini ed organizzatore di serate di degustazione in diversi locali del Paese, tour enogastronomici per professionisti e amanti del vino.

Qual è il suggerimento principale che puoi dare ai produttori di vino italiani per comunicare e vendere i loro prodotti in Finlandia?
Il fatto che la Finlandia sia uno di quei Paesi in cui il governo detiene il Monopolio sulle vendite di alcool, rende tutte le attività più difficili. Pertanto essere quotati nei negozi monopolistici probabilmente è più difficile che vincere all'Enalotto. Però ci sono molti altri modi per gestire il business, l'horeca è uno di quelli, le importazioni private infatti aumentano anno dopo anno. Per le cantine è molto importante fare del lavoro sul campo, attraverso presentazioni di vini in occasione di fiere ed eventi dedicati. Inizialmente è meglio cominciare con piccoli ordini, che diventeranno grandi una volta che amici e conoscenti cominceranno a diffondere la voce. Ci sono grandi opportunità potenziali puntando sui consumatori privati, sui clienti aziendali e gli eventi e le conferenze a loro dedicati, bisogna solo essere pazienti e proattivi.

Qual è l'immagine dei vini italiani in Finlandia?
I vini italiani hanno una buona reputazione in Finlandia, così come la gastronomia italiana. Al momento però sono conosciute solo poche regioni e pochi brand, i più noti.

Quali azioni e attività pensi che i produttori italiani dovrebbero fare per vendere meglio i loro vini in Finlandia?
Dovrebbero partecipare insieme, in collettiva, ad eventi

legati al vino. Meglio ancora se supportati dalla collaborazione con produttori gastronomici e chef. Tutti possono riuscire da soli, ma insieme, unendo le energie, è decisamente più efficace.

Quali sono i punti critici e le possibilità di sviluppo per vini italiani nel Paese?
La maggior parte dei produttori considera Helsinki (la capitale) l'unico luogo da visitare e nel quale organizzare attività. Città come Tampere, Turku, Jyväskylä, Oulu però sono molto più attivi al giorno d'oggi e la partecipazione è migliore rispetto ad Helsinki. È sorprendente quanto le persone siano attive, parlino e imparino velocemente in merito al vino italiano. L'unico modo utile di stabilirsi e fare affari redditizi è parlare con le persone, i finlandesi tra l'altro viaggiano molto, perciò potrebbero trarre beneficio dalla conoscenza di più regioni italiane per fare un viaggio nel Paese d'origine dei vini degustati.
Inoltre credo sia essenziale, come già detto, organizzare eventi che uniscano vino e cibo, per non lasciare che si pensi che dall'Italia arrivi solo la pizza, bensì tante specialità enologiche di alta qualità.