Finlandia: il biologico alla prova di maturità

scritto da Agnese Ceschi | 24 Aprile 2019



Il biologico sta esplodendo in Finlandia come negli altri Paesi Nord Europei? Ce lo siamo chiesti prima di scegliere questo Paese come seconda tappa del tour Organic Value, dedicato alle aziende biologiche italiane. Lo abbiamo chiesto agli esperti, e uno di questi ci ha dato evidenze (oltre che numeri) molto chiare. Per scoprire qualcosa di più su questo affascinante mercato del Nord, tra biologico e vini convenzionali, abbiamo intervistato Luca Di Marcangelo, fondatore di Italian Trade Connections, società con sede in Finlandia che dal 2011 organizza eventi BtoB, missioni per singole aziende e collettive a fiere nel settore wine nei Paesi del Nord Europa e nei Baltici.

Come si presenta il mercato finlandese in generale?
Il mercato del vino in Finlandia ha ancora ampi margini di crescita rispetto agli altri Paesi Nord europei per quanto riguarda il consumo procapite. Il trend è comunque in costante crescita e a testimoniarlo è il fatto che l'importazione dei vini italiani in Finlandia sale dal 1995. I numeri parlano chiaro sia dal punto di vista dei volumi che del valore di come i finlandesi apprezzino i vini ed in particolare quelli italiani. Il monopolio Alko copre la gran parte delle vendite, ma l'Horeca e le vendite a privati tramite canali secondari (online e/o gruppi d'acquisto) stanno crescendo.

Qual è il profilo del consumatore finlandese medio?
In generale il consumatore finlandese ha un'ottima capacità di spesa ed è ben predisposto ad acquistare per svago e tempo libero. Ama mangiare al ristorante sia a pranzo che a cena. Effettua normalmente acquisti online ed ama molto viaggiare. A differenza dell'immaginario comune dove i consumatori nordici siano bevitori esclusivamente di birra e superalcolici, in realtà i finlandesi apprezzano molto una buona bottiglia di vino.
Gli under 40 ed i Millennials in primis sono sempre più orientati a ricercare il giusto abbinamento tra food e wine. Per non parlare del professionista del settore che è altamente

educato e molto specializzato. In Finlandia ci sono tre Masters of Wine e numerosi wine enthusiast clubs che testimoniano l'amore e l'interesse che ruota intorno al vino.

Perché ha senso aver scelto la Finlandia come seconda meta per il tour di Organic Value?
L'attenzione verso la sostenibilità e la salvaguardia dell'ecosistema è nel dna dei finlandesi. Il trend dei consumi di prodotti biologici è in costante sviluppo in particolare nella categoria under 40. Lo conferma il fatto che dal 2015 i vini biologici venduti sono aumentati del 25%.
Il plus di partecipare alla tappa di Helsinki di Organic Value è che attualmente il mercato finlandese non ha ancora raggiunto il livello di maturità presente in altri Paesi come ad esempio la Germania ed in parte la Danimarca, il che significa che la concorrenza non è così agguerrita come in quei mercati. Proprio per questa ragione credo che questo sia il momento più adatto di venire ad Helsinki per permettere ai buyer ed agli operatori locali di approfondire la conoscenza dei vini biologici.

In che modo il trend del bio si inserisce nella panoramica dei consumi finlandesi?
Grazie ad una continua promozione sia nel retail/monopolio che nell'Horeca il bio sta sempre più entrando nella quotidianità del consumatore finlandese medio. Il monopolio ha nella sua selezione più di 800 etichette bio e dedica a questa sezione ampio spazio all'interno dei suoi negozi. Ma dove troviamo ancora più attenzione al mondo bio è nella ristorazione che grazie ad una sempre maggiore preparazione ed accuratezza nella ricerca degli ingredienti ha raggiunto livelli ottimi. Nella sola Helsinki ci sono 6 ristoranti stellati. In particolare negli ultimi 5 anni sono nati molti ristoranti dove i prodotti ed i vini biologici coprono una buona parte dei menù. A sottolineare questa tendenza il fatto che da qualche tempo stanno nascendo sempre più eventi di successo riguardanti esclusivamente vini e prodotti agroalimentari

biologici.

Come ci si può muovere autonomamente in un sistema rigido come quello del Monopolio in Finlandia?
Non mi sento di demonizzare il monopolio Alko, anzi credo che negli ultimi anni stia facendo delle buone campagne per promuovere il bere bene. Come detto sta puntando molto sui prodotti bio che sono ben evidenziati nelle scaffalature e molte delle nuove etichette inserite sono di vini biologici.

Un consiglio su come muoversi?
La via primaria per entrare nella selezione principale di Alko è quella di partecipare a dei bandi/tender semestrali molto complicati da aggiudicarsi.
Quello che consigliamo di fare alle aziende è di affidarsi ad un importatore preparato che rifornisca sia la ristorazione che il monopolio. Iniziare con piccoli volumi nei ristoranti può essere un'ottima premessa per poi acquisire visibilità ed in alcuni casi riuscire ad inserire prodotti nella selezione principale di Alko.

Quali sono gli altri canali di acquisto?
I consumatori finlandesi sono molto propensi ad acquistare online, tramite delle piattaforme sia locali che europee ed in alcuni casi direttamente dalle aziende. Per questo molti wine club svolgono delle degustazioni con privati per poi comprare tramite un gruppo d'acquisto. Inoltre negli ultimi tempi si sta discutendo molto sulla possibilità di permettere ai ristoranti di vendere le bottiglie di vino direttamente al consumatore finale diventando di fatto delle enoteche.