

# **Mercato vino Svezia: Concealed Wines analizza i trend di mercato**

scritto da Veronica Zin | 11 Gennaio 2023



[Concealed Wines](#) è un'azienda importatrice di vini e alcolici attiva in Svezia, Finlandia e Norvegia, con sede a Stoccolma. Con un portfolio di oltre 60 marchi e un team giovane ed ambizioso, Concealed Wines ha l'obiettivo di continuare ad accrescere la propria offerta per proporre ai propri clienti una gamma di prodotti vasta e di qualità.

Abbiamo intervistato Calle Nilsson – responsabile marketing e amministrazione di Concealed Wines – per scoprire i trend attuali del mercato svedese.

**Secondo il suo personale osservatorio, qual è l'andamento attuale del mercato del vino?**

In generale, le tendenze attuali nel mercato svedese continuano a concentrarsi sui vini sostenibili e biologici. Si

notano anche tendenze positive dei vini naturali e orange, anche se rappresentano un settore ristretto del volume del mercato. **Amarone, Ripasso e vini da appassimento**, continuano ad avere un trend positivo nel mercato attuale. Inoltre, sta crescendo complessivamente la domanda di spumanti e Pet Nat. Quando si tratta di sostenibilità, Systembolaget (monopolio svedese della vendita al dettaglio di bevande alcoliche) punta su **packaging rispettosi dell'ambiente** (bottiglie di vetro leggere, PET, lattine, copri-bottiglie, buste, confezioni Tetra e bottiglie Frugal). Per le **certificazioni di sostenibilità** si richiedono maggiormente Equalitas e Wieta. Systembolaget, come distributore monopolistico, spinge la tendenza ed i consumatori svedesi accettano e, al contempo, apprezzano nuovi formati di contenitori come bottiglie in PET e contenitori per lattine. Gli standard utilizzati oggi nel mercato per contenitori in PET e lattine sono visibili a questi link:

- [Piconico Chardonnay 2021 | Systembolaget](#)
- [Vinette Chardonnay, 2022 | Systembolaget](#)

**Quali sono secondo lei le evoluzioni dei consumatori nel suo Paese per quanto riguarda il vino?**

I consumatori **tendono a bere vini più costosi e ad essere più selettivi nella scelta del vino da acquistare**. Nel complesso, il consumatore giovane beve meno alcol rispetto a prima ed il consumatore più anziano beve di più rispetto al passato. Questo vale per tutti i tipi di bevande alcoliche. Un'altra evoluzione è che il consumatore più giovane è più consapevole di ciò che sta bevendo e della sostenibilità.

**Secondo lei qual è la percezione del vino italiano in Svezia? Come sono percepiti i vini italiani?**

**L'Italia è il principale paese vinicolo nel mercato svedese, soprattutto quando si tratta di vini rossi**. L'Italia ha una posizione di mercato molto forte e riesce a mantenere la

posizione in diverse fasce di prezzo. Pertanto, l'Italia è conosciuta sia per i vini rossi corposi che offrono un ottimo rapporto qualità-prezzo, sia per la qualità di tutte le grandi denominazioni.

Per quanto riguarda invece lo spumante, **il Prosecco ha un buon rapporto qualità-prezzo ed è il preferito di tutte le fasce di consumatori.** Il Brunello di Montalcino, l'Amarone e in generale i Super Tuscan sono più costosi. Nella categoria "entry level", il Primitivo vende bene ed i vini da appassimento detengono una forte posizione di mercato.

**Quali sono i criteri che utilizzate per la scelta nell'assortimento del vostro portfolio?**

In generale, il primo criterio è sempre quello di ricercare i migliori vini di buona qualità. A parte questo, **l'aspetto della certificazione è diventato sempre più importante; qui il focus è sulle certificazioni: biologico e sostenibile.**

In termini di mentalità, cerchiamo produttori flessibili con cui lavorare e disposti ad adattarsi ai nostri mercati. **Cerchiamo produttori con una mentalità moderna, con cui sia facile lavorare, che comprendano anche gli aspetti positivi dei nuovi formati di imballaggio** e che, insieme a noi, trovino soluzioni su come consegnare prodotti in questi packaging con l'obiettivo di soddisfare i clienti.

**Secondo lei quali sono i principali punti di forza e di debolezza dei vini italiani?**

Sicuramente, il punto di forza è che l'Italia ha oggi una posizione molto forte nel mercato soprattutto sui vini rossi, ma anche sugli spumanti. **Il punto debole riguarda oggi i vini bianchi: penso che l'Italia possa fare molto meglio per commercializzare i suoi grandi vitigni bianchi autoctoni.**

**Che consiglio darebbe alle aziende vinicole italiane che vogliano migliorare la loro presenza nel vostro mercato?**

È importante cercare di essere presenti a lungo termine e

costruire nel tempo imparando dall'esperienza diretta. Bisogna capire come funziona il mercato: a seconda di cosa si vuole ottenere come azienda vinicola, è necessario capire quale tipologia di importatori può essere più adatta. Il mercato oggi è molto maturo e la concorrenza è alta. Per entrare i produttori devono lavorare sodo e **comprendere che devono comunicare bene la loro offerta per battere la dura concorrenza.**

Per seguire il mercato e comprendere le richieste i fornitori possono utilizzare il nostro sito web: <https://www.concealedwines.com/current-tenders/tenders-for-country/?country=italy>

**Che consiglio darebbe ad un produttore di vino italiano che vorrebbe migliorare la awareness sul mercato svedese?**

**Per costruire un marchio forte nel mercato svedese è fondamentale pensare a lungo termine.** Se si è già presenti sul mercato, ha senso lavorare su una pianificazione a lungo termine e non solo sul marketing che per il momento aiuta solo a vendere meglio i prodotti. Il mio consiglio è anche quello di **lavorare di più online e meno con i canali offline** che sono più difficili da monitorare in termini di impatto ambientale ma anche in relazione ad altre metriche importanti.