Organic Value: diario di viaggio in Scandinavia

scritto da Agnese Ceschi | 29 Maggio 2019



Siamo rientrati da alcuni giorni dal nostro tour in Scandinavia con Organic Value, il progetto che strategicamente mette in contatto le aziende biologiche italiane con le figure chiave dei mercati più attrattivi per la produzione biologica. Il tour scandinavo ha toccato due delle città catalizzatrici dell'attenzione sul vino in questi mercati: **Stoccolma e Helsinki**. Abbiamo pensato per questo di fare un nostro diario di viaggio e raccontare quello che di utile abbiamo portato a casa da questa esperienza e condividerlo.

Stoccolma – "Considerando attualmente questo mercato, la penuria in generale di eventi in loco organizzati dall'Italia (perlopiù gli eventi sono organizzati dagli importatori e dagli operatori locali stessi) e la presenza del Systembolaget, siamo soddisfatti della riuscita di questa iniziativa dedicata al biologico" spiegano le organizzatrici Debora Bonora ed Elisa Spada.

I circa 20 produttori presenti hanno incontrato una novantina di operatori e una folla di appassionati wine lovers. Prima di affrontare il pubblico i produttori hanno avuto, inoltre, la possibilità di conoscere le dinamiche che alimentano questo mercato grazie a Daniel Esberg di Deliq.

Qual'è la situazione attuale del vino biologico in Svezia? "In Svezia il vino bio è visto sicuramente con un plusvalore, ma essendo quella svedese una comunità che da decenni è sensibile al discorso della sostenibilità ambientale e del biologico, viene quasi considerato come consolidato a livello di percezione e di consumi" ci racconta un importatore svedese presente all'evento. "Per quanto riguarda il prezzo invece, in generale viene accettato un prezzo un po' più alto, anche se spesso, se si tratta davvero di cantine con marginalità sopra la media, non è compreso, dal momento che è quasi dato come assodato, quasi come se fosse giusto lavorare principalmente in una modalità Bio".

Rispetto alla geografia della Svezia e delle sue principali aree (Malmö, Goteborg e Stoccolma, ad esempio), ci sono delle differenze di vendita/consumo? "In Svezia c'è il monopolio e questo in realtà fa sì che di fatto ci sia una distribuzione piuttosto capillare e che la differenza in generale la faccia più la selezione del Systembolaget che non una selezione geografica, benché poi comunque ci siano degli influssi e delle differenze". Un esempio? "Malmö subisce molto la presenza della vicina Copenhagen senza monopolio per cui alcuni importatori acquistano alcuni prodotti direttamente in Danimarca. Comunque in generale il possibile valore differenziale si ravvisa maggiormente all'interno del sistema Ho.Re.Ca. su cui possono agire maggiormente gli operatori".

Helsinki – "L'evento è andato molto bene, visto e considerato che siamo incappati in una giornata estiva imprevedibile e questo influisce sicuramente sull'approccio alla degustazione del vino. Anche qui siamo in un mercato monopolistico (l'Alko)

e abbiamo dato la possibilità ai nostri produttori di conoscere da vicino il funzionamento di un negozio del monopolio. Prima dell'evento siamo andati con i produttori a visitare uno dei negozi più centrali del monopolio Alko e abbiamo tenuto un seminario di spiegazione del mercato finlandese per i produttori partecipanti. In seguito i produttori hanno incontrato 65 operatori e diversi soci di Wine Club finlandesi in una location di vero charme" concludono le organizzatrici.

"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 aver partecipato 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" ha spiegato Luca Di Marcangelo, partner italiano in Finlandia, fondatore di Italian Trade Connections.