Svezia: attenzione a non perdere il ruolo di leader

scritto da Agnese Ceschi | 1 Aprile 2019



Svezia-Italia un binomio ormai consolidato da tempo. Anche se dormire sugli allori non è di certo la scelta migliore, visto che quello svedese è un mercato molto dinamico ed in continua evoluzione. Ce lo ha raccontato **Asa Johansson**, giornalista svedese che vive in Italia ormai da quasi venti anni, ma che tuttora collabora con testate del suo Paese e organizza tour enogastronomici in Italia. Asa ci ha dato l'opportunità di conoscere il mercato svedese da un punto di vista

avvantaggiato essendo lei esattamente a metà tra il mondo italiano e quello svedese. L'abbiamo intervistata per capire le possibilità di incontro tra questi due mercati che già da diversi anni hanno intrapreso un rapporto di comunicazione, ma necessitano ancora di conoscersi meglio.

Qual è il principale suggerimento che potresti dare ai produttori italiani di vino per trasmettere e vendere i loro prodotti in Svezia?
Trovare un importatore bravo con i giusti contatti per seguire in modo intelligente le necessità specifiche dell'azienda. Bisogna considerare che in Svezia c'è il monopolio Systembolaget, dunque è fondamentale sapersi destreggiare nel modo giusto. Il monopolio, comprando grandi quantità, predilige i grandi produttori e le cooperative che riescono a rientrare nei suoi criteri. L'Italia è molto competitiva da questo punto di vista. Il vino venduto in Svezia è per la maggior parte confezionato in bag-in-box e tante aziende italiane si sono adattate a questa necessità. Tuttavia ci sono anche importatori più piccoli che riescono ugualmente a trovare il modo di lavorare bene. Ad esempio, alcune piccole aziende sono entrate nei posti giusti dell'horeca, oltrepassando il monopolio. Oppure i venditori on line, come per esempio Winefinder, che svolgono un lavoro interessante anche se ancora limitato nel mercato.
Un altro aspetto che acquista sempre più importanza è legato ai certificati biologici. Gli svedesi sono molto attenti al packaging nel rispetto per l'ambiente. Systembolaget si sta anche interessando per certificazioni che includono il lavoro etico, economico e sociale delle aziende, oltre a quello per l'ambiente, come per esempio Equalitas e SOStain in Sicilia. Il monopolio ha anche adottato alcuni degli obiettivi da raggiungere entro il 2030 redatti dalle Nazione Unite per la sostenibilità.
Qual è l'immagine dei vini italiani in Svezia?
Direi ottima, l'Italia occupa un terzo del mercato (volume) delle vendite del Systembolaget. Sui vini rossi raggiunge quasi il 40% del mercato mentre per i vini bianchi scende al terzo posto, dopo Francia e Sudafrica.
Quali azioni e attività pensi che i produttori italiani dovrebbero fare per vendere meglio i loro vini?

Trovare un buon importatore, capire bene come lavora il monopolio, studiare bene le preferenze degli svedesi e capire i modi per lavorare senza passare per il Systembolaget.

Un punto critico e uno positivo intorno ai vini italiani in Svezia…

Un punto critico, o meglio una sfida, è mantenere il ruolo da leader sul mercato svedese. Ad esempio, nel segmento alto dei vini venduti in Svezia fino a poco tempo fa c'era praticamente solo Amarone. Oggi quel segmento si sta spostando verso vini meno fruttati e dolci. Il mercato svedese è in continua evoluzione e bisogna stare al passo. L'aspetto positivo è che i vini italiani hanno un punto di forza che altri paesi non hanno, ed è l'Italia stessa. In Svezia tutto ciò che made in Italy è molto attraente.

Secondo il tuo punto di vista, quali potenzialità ha il vino italiano sul mercato svedese?

Ha grandissime possibilità, c'è un crescente interesse verso vini che raccontano l'origine del vino e anche un crescente interesse verso uvaggi indigeni e meno conosciuti. La ricerca è volta ai vini che raccontano qualcosa di "vero". Chi meglio dell'Italia rientra in questa descrizione? La sfida sarà fare sistema e comunicare la propria diversità italiana con semplicità.

Asa Johansonn vive in Italia dal 2001. Dopo essersi laureata in scienze politiche a Firenze, scrive attualmente di vino e viaggi per giornali svedesi e norvegesi tra i quali Allt Om Vin, Expressen, Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet, RES, BKWine Magazine, Apèritif. Dal 2007 organizza tour enogastronomici in Italia insieme al tour operator BKWine grazie al quale, insieme ai suoi numerosi viaggi per scrivere articoli e reportage, visita centinaia di aziende vinicole.