Svezia, la terra dove il biologico ha preso il volo

scritto da Agnese Ceschi | 14 Marzo 2019



La seconda tappa dell'Organic Value tour, il network nato per il supporto delle aziende biologiche nei mercati internazionali, è alle porte e dopo Copenhagen sarà la volta della Svezia e più precisamente di Stoccolma, il 20 maggio 2019.
Per sondare le ragioni che hanno portato le fondatrici Elisa Spada e Debora Bonora alla scelta di questo strategico mercato del Nord Europa, abbiamo pensato di intervistare quest'ultima che ci conduce per mano tra considerazioni legate al mercato, in cui è forte la presenza del Monopolio, e nuove e "scalpitanti" necessità espresse dal consumatore. Nel mezzo: l'esplosione del biologico.

Perché avete scelto questo mercato come seconda meta per il tour di Organic Value?

Perché la Svezia è innanzitutto un Paese con un profondo rispetto per l'ambiente, perché il consumatore promuove un consumo di prodotti equi e sostenibili e per lui il biologico è sinonimo di qualità. C'è uno sfondo etico importante: il biologico è percepito come un prodotto di qualità perché all'interno di normative precise e attente nei confronti della salute e dell'ambiente.

Qual è il profilo del consumatore svedese medio?
Il consumatore medio è un bevitore consapevole e maturo in fatto di conoscenza del vino; non giovanissimo per età, la fascia media di consumo è tra i 25 e i 40 anni, mentre al di sotto di quella fascia bevono mediamente alcolici generici.
Una caratteristica interessante è che il consumatore medio di vino è curioso ed aperto alle novità.
Non dobbiamo dimenticare però in Svezia c'è un Monopolio del Governo che gestisce le bevande alcoliche ed è ancora molto importante ed influente per le scelte del consumatore.

In che modo il trend del bio si inserisce nella panoramica dei consumi mondiali?
Negli ultimi anni stiamo assistendo ad un calo sensibile dei consumi mondiali e di conseguenza anche scandinavi. Questo calo causa l'aumento del consumo in valore: meno vino, ma con un attenzione maggiore al valore e alla qualità. Il vino di qualità per gli svedesi è eco, o eko vin, come i numeri ci dimostrano. Qualche anno fa il Monopolio svedese aveva stimato di arrivare all'anno 2020 con almeno una fetta del 10% di importazioni di vino biologico. Ebbene, già nel 2016 è stato raggiunto tale target.
Ad oggi le importazioni di vino bio occupano circa il 20% del mercato. L'escalation è stata incredibile: nel 2012 il segmento di questi vini era del 2%, a fine 2014 dell'8% e a fine 2016 del 18%.

Che implicazioni ha tutto ciò sul mondo del food&wine?
Il trend del biologico riguarda naturalmente entrambe le categorie, food e wine. Anzi, l'import di vino bio è

secondaria all'importazione del cibo bio, che ha avuto una grandissima ascesa negli ultimi 10 anni. Per quanto riguarda il consumo del vino bio italiano, posso dire che l'offerta del Belpaese è stata supportata molto dalla ristorazione e gastronomia italiana, facendo sì che i nostri prodotti superassero i francesi, perché noi offriamo un'offerta territoriale molto variegata. E l'enoturismo fa la sua parte in tutta questa dinamica di conoscenza del territorio.

In che senso?
Gli svedesi adorano la biodiversità e la possibilità di trovare vini con denominazioni diverse all'interno della stessa provincia.

Come si può muoversi autonomamente in un sistema rigido come quello del Monopolio?
I wine lovers svedesi hanno trovato un modo per aggirare legalmente questo schema rigido.
È vero che può solo acquistare dal Monopolio per legge, ma si sta muovendo per cercare soluzioni parallele per importare legalmente.
Si stanno aprendo nuove porte di importazione attraverso gli importatori che fanno il *distant selling* e che si appoggiano ai wine clubs. I *wine clubs* rivestono una grande importanza in Svezia: raccolgono le tendenze del consumatore e fanno degustare i vini al consumatore finale con educational ed eventi. Se il consumatore non trova quei vini nei negozi del Monopolio, partecipa ai percorsi enogastronomici organizzati nei Paesi limitrofi (ad esempio Danimarca e Germania) e acquista il vino dagli importatori. Sostanzialmente l'azienda vinicola vende il vino ad un'azienda danese o tedesca e l'importatore svedese acquista il vino da loro. Si crea così un ponte commerciale tra l'Italia e la Svezia, ma è indispensabile che qualcuno in Svezia sdogani la merce prima di vendere il prodotto.

Un conclusione?
La Svezia è un mercato che scalpita e che aspetta a braccia

aperte il vino biologico italiano. Noi saremo presto a Stoccolma, il 20 maggio, con una delegazione di aziende italiane per un evento b2b e b2c.

Per aderire alla tappa a Stoccolma: http://www.organicvalue.it/tour/stoccolma/