

Export vino nei Paesi nordici: chiavi di lettura per gli imprenditori italiani

scritto da Isabella Lanaro | 15 Settembre 2024



I mercati del vino dei Paesi nordici stanno mostrando tendenze diversificate. La Svezia registra una crescita complessiva grazie all'aumento della popolazione, con una forte attenzione alla sostenibilità. La Norvegia rappresenta un'opportunità per i vini premium, mentre la Danimarca rimane un mercato stabile ma con possibilità di innovazione logistica. In Finlandia, un recente cambiamento normativo potrebbe stimolare nuovi consumi. Per i produttori italiani, i mercati nordici offrono potenziali di crescita, puntando su packaging sostenibile, premiumizzazione e collaborazioni strategiche.

Secondo recenti previsioni, mentre il Regno Unito e la Francia vedranno una riduzione continua del consumo di vino fino al

2028, la Svezia e la Norvegia sono attese a crescere leggermente nello stesso periodo.

Negli ultimi anni, infatti, i mercati del vino dei Paesi nordici – Danimarca, Finlandia, Norvegia e Svezia – hanno mostrato segnali di stabilità e, in alcuni casi, di crescita. Questi Paesi rappresentano non solo un'importante area di sbocco per i produttori internazionali, ma anche un mercato ricettivo a nuove tendenze che stanno trasformando il panorama globale del vino.

Wine Australia ha recentemente condiviso interessanti osservazioni sui mercati nordici che ci offrono una panoramica utile.

Svezia: crescita grazie alla popolazione

Nonostante un lieve calo nel consumo pro capite (da 26 a 25 litri per adulto tra il 2021 e il 2023), il consumo totale di vino è aumentato dell'1% all'anno negli ultimi cinque anni. Questa crescita è dovuta principalmente all'aumento della popolazione, che ha generato più consumatori. Il mercato svedese presenta quindi una domanda in espansione, anche se i consumatori sono sempre più attenti al prezzo e al formato delle bottiglie.

Gli obiettivi fissati dal monopolio, come anche la maggiore attenzione alle questioni ambientali del consumatore svedese, premiano i formati più sostenibili: il bag-in-box e il Tetra Pak hanno guadagnato quote di mercato importanti.

Norvegia: il regno dei vini premium

La Norvegia rappresenta un altro mercato interessante, specialmente per i produttori di vini di fascia alta. Il 43% del vino venduto in Norvegia appartiene al segmento premium, con prezzi superiori ai 128 NOK (circa 11 euro) a bottiglia. Si prevede che questa percentuale aumenterà al 45% entro il

2028, trainata dalla maggiore capacità di spesa dei consumatori norvegesi (il PIL pro capite è di 88.000 dollari USA rispetto ai 56.000 della Svezia).

Danimarca: un mercato da esplorare

Anche se il consumo di vino in Danimarca è leggermente calato negli ultimi anni (dell'1% annuo), il Paese rimane **uno dei principali mercati nordici per il vino, oltre ad essere l'unico dei paesi nordici senza monopolio**. Con un consumo pro capite di 32 litri all'anno, ben superiore a quello della Svezia, la Danimarca continua ad essere una nazione con una forte tradizione di consumo di vino.

Un dato interessante per gli imprenditori italiani: l'89% del vino australiano esportato in Danimarca non è confezionato, ma imbottigliato localmente o spedito verso altri mercati, come la Germania o la Svezia. Questo offre un'opportunità per strategie innovative di imbottigliamento e logistica, con un focus sulla sostenibilità e l'efficienza dei trasporti.

Leggi anche: [Mercati scandinavi e ristorazione: un match vincente oltre il Monopolio](#)

Finlandia: un piccolo mercato in trasformazione

La Finlandia, il mercato più piccolo tra i quattro Paesi, sta affrontando un calo del consumo di vino dell'1% annuo. Tuttavia, **un cambiamento normativo recente potrebbe aprire nuove opportunità**. Da quest'anno, i supermercati finlandesi possono vendere bevande alcoliche fino all'8% di gradazione alcolica (rispetto al limite precedente del 5,5%). Anche se questo non riguarda direttamente i vini tradizionali, l'accesso a vini a bassa gradazione alcolica potrebbe stimolare un cambiamento nelle abitudini di consumo.

Opportunità per l'Italia: cosa fare?

1. **Sostenibilità e packaging:** I consumatori nordici, specialmente in Svezia, sono molto attenti alla sostenibilità. Investire in formati alternativi e packaging ecologico può essere una strategia vincente per entrare in questi mercati, rispondendo alle esigenze del consumatore e del monopolio.
2. **Premiumizzazione:** La Norvegia, in particolare, è il mercato ideale per i vini premium. I produttori italiani che possono offrire vini di alta qualità, con una narrazione forte legata al territorio e alla tradizione, troveranno consumatori disposti a pagare per il valore aggiunto.
3. **Collaborazioni e logistica:** La Danimarca rappresenta una porta d'ingresso strategica per il Nord Europa. Considerare collaborazioni locali per l'imbottigliamento e la distribuzione potrebbe ridurre i costi e aumentare la sostenibilità del prodotto.

I Paesi nordici, sebbene rappresentino mercati complessi e regolamentati, offrono notevoli opportunità di crescita per i produttori italiani. Le tendenze verso la sostenibilità, la premiumizzazione e l'espansione dei formati alternativi possono essere sfruttate con successo dalle aziende italiane, pronte a rispondere alle nuove esigenze di consumo.