

# Danimarca: aumenta sempre di più il consumo off-trade e salgono i prezzi

scritto da Alice Alberti | 21 Marzo 2017



L'ultima ricerca di Wine Intelligence con focus sulla Danimarca risale al 2013. Dopo quattro anni, l'agenzia inglese che si occupa di ricerche di mercato torna a rivolgere la sua attenzione al piccolo Paese nordeuropeo, per trovare un mercato sempre molto attivo ed interessante, ma con alcune significative differenze rispetto al recente passato.

Partiamo, come nostro solito, da alcuni numeri che ben inquadrano questo mercato. Secondo lo studio Compass 2016-2017, sempre pubblicato da Wine Intelligence, la Danimarca si posiziona al 14° posto tra i mercati del vino più attrattivi al mondo. Per essere una nazione così piccola, ha una popolazione di consumatori regolari (che bevono vino almeno una volta la mese) di 3 milioni di persone, ma

soprattutto un consumo medio pro capite di 35 litri, significativamente di più dei vicini tedeschi, svedesi, norvegesi e olandesi. Infatti, secondo i dati dell'IWSR, la Danimarca occupa le nona posizione mondiale per consumo di vino, mentre Svezia e Norvegia, ad esempio, si posizionano rispettivamente solo al 21esimo e 37esimo posto.

Altra condizione favorevole del mercato danese è data dal fatto che, in mancanza di una produzione interna, per ovvie ragioni climatiche, la totalità del mercato del vino sia affidata alle importazioni da altri Paesi. La posizione geografica e la comune appartenenza al mercato unico europeo fanno sì che Italia, Francia e Spagna siano privilegiati e non a caso si posizionano nella top five dei Paesi d'importazione. Tuttavia i danesi si dimostrano molto aperti e desiderosi di sperimentare vini da tutto il mondo. Cile, Sudafrica, Australia, California e Argentina si trovano nella top ten dei consumi, ma soprattutto, dato che dovrebbe far riflettere, appartengono a produzioni del Nuovo Mondo ben quattro dei cinque brand più venduti in Danimarca. Tra i vini più bevuti negli ultimi sei mesi, spiccano le varietà internazionali più classiche: Merlot e Cabernet Sauvignon tra i rossi e Chardonnay e Sauvignon Blanc tra i bianchi.

Le differenze maggiori rispetto al report del 2013 si registrano nei comportamenti di consumo. I supermercati restano il principale canale di vendita, anche se canali off-trade alternativi hanno avuto una crescita sostanziale negli ultimi quattro anni. Oggi anche il consumatore danese tende a bere più spesso, ma in occasioni informali a casa ed è dunque disposto a spendere di più per una bottiglia di vino off-trade. Questa tendenza ha avuto naturali conseguenze sugli acquisti on-trade. A ciò si aggiunge che del 2013 c'è stato un aumento delle tasse sul vino, che ha comportato un relativo aumento dei prezzi, tanto più evidente proprio nell'on-trade. Tuttavia gli analisti ritengono che i consumatori si adatteranno presto al cambiamento, riportandoli ai precedenti comportamenti d'acquisto anche nell'on-trade. Questo anche perché i danesi danno molta importanza all'abbinamento cibo-vino, rilevata come principale motivazione per la scelta di un vino da parte di tutti i segmenti d'età analizzati.

Per concludere, il 90% del campione analizzato afferma che bere vino è una fonte di piacere. E su questo non potremmo

essere più d'accordo con i danesi.