

Finlandia, all'interno di un mercato

scritto da Fabio Piccoli | 15 Aprile 2014



Tampere è la terza città in termini di popolazione (circa 250.000 abitanti) e di economia. Molti però la considerano una sorta di capitale “culturale” di questo Paese grazie, soprattutto, ad un'università riconosciuta tra le più prestigiose e autorevoli in Nord Europa.

Che vi sia un notevole dinamismo culturale lo si capisce anche grazie all'interesse che ruota attorno al mondo del vino e della ristorazione di qualità.

I finlandesi di Tampere amano vivere e mangiare bene come testimoniano i numerosi ristoranti di buona qualità, anche quelli di cucina locale.

Si tratta, pertanto, di un osservatorio interessante per capire quale futuro possa avere il vino in un mercato come quello finlandese.

La fiera di Tampere, pur essendo una campionaria che abbraccia, oltre al vino, la gastronomia, il tempo libero, le moto e l'ortofloricoltura, testimonia molto bene il grande

interesse che ruota oggi in Finlandia attorno all'enogastronomia.

“È cambiato profondamente” mi spiega Hadrien Allenzen, titolare della Redbev, una società di importazione di vini in Finlandia. Il rapporto con il vino da parte dei consumatori finlandesi in questi ultimi 5 anni. Vi è molta più cultura, curiosità ed interesse nei confronti delle produzioni enologiche di qualità. Ad una manifestazione come questa, che si apre anche al pubblico generico, fino a pochi anni fa avremmo visto molte persone partecipare solo per bere “alcol” e probabilmente molte di esse si sarebbero ubriacate”.

Mi guardo in giro mentre Hadrien mi racconta tutto ciò e in effetti non solo non vedo nessuno “su di giri” ma osservo persone attente che ascoltano i diversi importatori raccontare dai loro stand le caratteristiche dei diversi vini.

Come si può considerare quindi oggi il mercato del vino in Finlandia?

“Non è certamente un grande mercato, date le dimensioni ridotte di questo Paese (circa 5,5 milioni di abitanti)” spiega Allenzen ma è indubbiamente in evoluzione grazie soprattutto ai giovani che sono oggi i principali fruitori del vino di qualità in Finlandia”.

Hadrien ha ragione, me lo confermano tutti gli importatori che incontro in questa manifestazione: sono i giovani la chiave del futuro enologico in Finlandia.

Hanno un approccio al vino molto curioso, sono giovani “internazionali”, aperti a nuove esperienze e con mentalità molto aperta.

Sono un “substrato” ideale per promuovere al meglio il nostro vino di qualità. “Ma bisogna farlo con serietà ed organizzazione”, spiega Giancarlo Poggio, piemontese, ma in Finlandia da dieci anni, titolare della società di importazione Transaktor Europa.

“Le potenzialità di crescita per il vino italiano in questo Paese” prosegue Poggio “sono ancora notevoli ma dobbiamo essere capaci di promuovere meglio il valore del vino italiano di qualità ed evitare pericolose speculazioni. Purtroppo,

anche all'interno di importanti denominazioni italiane, abbiamo produttori che, pur di vendere, posizionano i loro prodotti a livelli di prezzo troppo bassi e questo crea confusione tra i consumatori. Dobbiamo ricordarci, infatti, che si tratta di consumatori ancora con una scarsa cultura del vino, che necessitano di un processo di educazione al consumo ancora lungo e sbagliare oggi le strategie di reputazione dei nostri vini è la cosa peggiore che possiamo fare".