

La Danimarca ama l'Italia autoctona

scritto da Noemi Mengo | 4 Ottobre 2018



Caro produttore, rimboccati le maniche!

Qualche giorno fa abbiamo iniziato un articolo con questo slogan, una frase che riassume perfettamente la necessità di fare qualcosa di più nel mercato danese. Ad aiutarci, **Jennifer Delaloca** proprietaria di un ristorante e di un caratteristico wine shop nel cuore di Copenhagen, importatrice, promoter,

educatrice, scrittrice, wine blogger, titolare di una wine school della città e, infine, Wine Ambassador per Vinitaly International Academy.

Nel precedente articolo abbiamo chiesto a Jennifer di consigliare a produttori italiani la via migliore per promuovere il proprio duro lavoro e non lasciare che gli sforzi vengano dispersi inutilmente. Grazie alla sua grande esperienza nel mondo del vino e al suo letterale innamoramento per i prodotti italiani, abbiamo deciso di approfondire la chiacchierata con Jennifer e chiederle un'impressione sulla percezione del vino italiano nel suo paese, la Danimarca, per evidenziarne le problematiche e risolverle insieme.

Il mercato danese: possibilità per i vini italiani

I vini italiani sono percepiti davvero positivamente da parte dei danesi. La ragione principale è che il vino italiano è considerato generalmente ad un buon rapporto qualità prezzo, specialmente se confrontato con il concorrente francese. In Danimarca, risiede la consapevolezza che se si compra vino francese anziché italiano, ci si aspetta di pagare il 50% se non il 100% in più per una bottiglia della stessa qualità di quella che potrebbero trovare in una bottiglia italiana. Questo ovviamente è un enorme punto positivo ed un grande booster per le vendite.

“Gli aspetti positivi sono davvero molti, ma se dovessi parlare di cosa invece viene percepito come aspetto negativo, è difficile da spiegare” spiega Jennifer. *“Ho fatto una ricerca su Google scrivendo, in danese, “vino italiano terribile”. Sono uscite solamente 2 pagine di risultati, e nessuno di essi diceva qualcosa di realmente negativo. Ciò che ho trovato era perlopiù legato a termini come “fiaba italiana”, “amore italiano”, “amante italiano” e potrei andare avanti per ore”.*

Sete di autoctoni

Aggiunge poi: *“se personalmente dovessi menzionare qualcosa di negativo forse sarebbe l'utilizzo eccessivo di alcuni vitigni.*

Ad esempio, io adoro lo Chardonnay, e apprezzo la molteplicità di produttori che fanno vino dalle sue tante varietà in Italia, ma apprezzerei ancora di più se i produttori si focalizzassero di più sui vitigni autoctoni delle proprie regioni, alcuni dei quali devono ancora essere scoperti col tempo. Capisco che ci voglia tempo per sperimentare nuove varietà e che i vini realizzati con uve internazionali siano più facili da vendere, ma più i produttori si dedicheranno alla produzione di vitigni autoctoni e autentici italiani, più la conoscenza delle diversità riuscirà a crescere al di fuori dell'Italia e con essa, la curiosità dei consumatori."

Conferma Jennifer, che la sua opinione sarebbe tranquillamente condivisibile dai suoi colleghi del settore Food&Beverage, ma il consumatore medio non dà troppo peso attualmente al potenziale di certe varietà indigene italiane. Vero è che prima di arrivare al consumatore, le importazioni passano fra le mani di chi lavora in questo settore, e se non ci passano direttamente, vengono recensiti da questi soggetti, la cui influenza si esercita poi sull'acquisto del consumatore finale. Per colmare certe lacune, è bene informare i consumatori che l'Italia è e sarà sempre più in grado di offrire autoctoni di qualità, e per farlo occorre convincere questi operatori del settore e figure preziose come i Wine Ambassador e i Wine Educator.

Scarsa conoscenza delle regioni italiane: come dare rilievo all'export di varietà regionali?

I danesi sicuramente conoscono tutte le regioni, ma di certo non associano Marche e Abruzzo con Pecorino, Lombardia con Moscato di Scanzo o Friuli Venezia Giulia con Schioppettino, Tazzalenghe e Picolit. Non conoscono tutti i vari tipi di Lambrusco, non sanno che il Nebbiolo è conosciuto come Picotendre, Spanna e Chiavennasca, a seconda delle regioni a cui appartiene (rispettivamente Valle D'Aosta, Piemonte nord orientale e Lombardia).

"Ci stiamo riferendo a vini fermi, ma lo stesso discorso vale per le bollicine, che io personalmente adoro, soprattutto quelle realizzate con metodo Champenoise" aggiunge Jennifer.

"C'è molto lavoro da fare" continua "e il modo migliore per farsi notare è fare un po' di rumore. Come? Due le vie che mi sentirei di consigliare: innanzitutto cercare assistenza o collaborare con chi si occupa di organizzare incontri a tema o piccole esposizioni in Danimarca, e poi consultare il proprio consorzio locale per ottenere supporto finanziario e strategico, spingendolo ad investire nella promozione di molte varietà, quelle che al momento consideriamo più di nicchia" conclude.