

La Svezia è il Paese scandinavo più interessante, dove interesse e consumo del vino sono molto elevati

written by Agnese Ceschi | 9 Novembre 2015



Qual è il Paese scandinavo più interessante? Come fare con i monopoli? Lo abbiamo chiesto ad Emanuela Epiri, brand ambassador dei vini italiani in Nord Europa. Con lei abbiamo esplorato le potenzialità del vino italiano in questa area e da lei abbiamo scoperto che dal Nord, dove non si lasciano scappare le eccellenze, dovremmo imparare l'unità e il senso di appartenenza.

Ci racconti qualcosa di sé

Toscana di nascita, bolognese di adozione. Il mio palato è

nato con l'olio, l'olio della mia terra, la Toscana. Mio padre barattava l'olio delle colline del basso Mugello con il vino. Volevo fare ingegneria navale, così sono andata in Svezia a studiare. Poi mi sono trasferita in Danimarca e da lì è nata la mia attività attuale. Oggi vivo a Bologna dove ho l'ufficio, però ho anche una società in Germania e un punto di riferimento commerciale in Danimarca.

Di cosa si occupa?

Io sono promotrice del contatto di vini di alcuni produttori italiani con importatori e realtà commerciali in Scandinavia, attraverso attività volte ad inserire i prodotti nel mercato come degustazioni o eventi. Copro tutta la Scandinavia (Svezia, Norvegia, Danimarca) e una parte della Germania.

Quali sono le caratteristiche di quei mercati?

In Svezia e Norvegia i consumi di vino, soprattutto il rosso, sono molto elevati. In questi Paesi abbiamo a che fare con i monopoli: mentre la Svezia ha maglie larghe, la Norvegia è ancora molto chiusa. Non si può interloquire con il consumatore finale, ci pensa lo Stato. In Svezia le maglie sono più larghe sul fronte della ristorazione, mentre in Norvegia invece bisogna avere dei punti di riferimento molto solidi e sicuri, altrimenti non c'è spazio per entrare nel mercato.

Il mio ruolo è di mediare tra l'importatore, che è un agente per conto del Monopolio, e l'azienda.

Quali sono i canali più interessanti?

Il canale dei grossisti in assoluto, lì girano dei bei numeri. La ristorazione fa quel che può perché ha dei tempi diversi come consumo.

Il mercato più interessante?

La Svezia senza dubbio. Lì non esiste la cultura del bere, ma il consumo di vino è molto elevato. Chi ha la conoscenza fa le scarpe ai nostri migliori sommelier. Gli svedesi sono degli amatori convinti, poi quando si passa sull'organolettico, c'è

qualcosa da disquisire.

Gli eventi come le degustazioni sono un buon strumento per promuovere i vini?

Gli eventi sono sempre un bel veicolo, però in questo momento di stretta finanziaria non devono rimanere fini a sè stessi. Vanno studiati molto a seconda delle esigenze del mercato e delle condizioni specifiche.

Qual è il limite del vino italiano nel mondo?

Nel mondo del vino ci manca l'unità. Quando i produttori fanno concorrenza a sè stessi, ciò diventa un paradosso. Non posso vendere una bottiglia di Amarone a 12,50 euro e una Cantina sociale la vende a 8,50 euro. Qui non si tratta di qualità, ma di lotta al prezzo e nessuna Regione italiana è esclusa. Abbiamo superato la Francia in quantità? Va bene, ma i francesi sono tutti uniti, noi invece siamo entità sparse qua e là.

Cosa possiamo imparare dall'Europa del Nord?

La Scandinavia ha un forte senso civico e anche un grande senso di appartenenza. Inoltre non si lascia scappare le eccellenze. Cerchiamo di fare spazio alle giovani generazioni! E sicuramente il vino è uno dei settori dove c'è più apertura in questo senso.