

Le 5 cose da sapere sul mercato svedese

scritto da Noemi Mengo | 5 Luglio 2018



Forse non si parla spesso della Svezia come mercato potenziale d'entrata, un po' perché la tendenza generale degli ultimi mesi è quella di spingersi sui mercati asiatici, che stanno regalando soddisfazioni considerevoli al comparto, un po' perché è a conoscenza di tutti che sia un mercato difficile, con una cultura e delle tradizioni ben assestate e uno stato di welfare distribuito su tutto il Paese. Il popolo svedese è fortemente concentrato sullo sviluppo e la promozione di una vita più salubre, dove l'uomo possa regolarmente entrare a contatto con la natura, rispettando i tempi e soprattutto le stagioni, attorno alle quali gira il "lifestyle" svedese. Lo dimostrano anche l'attenzione che il governo ha verso la promozione di una vita lavorativa moderata, con orari ridotti

e spazio da dedicare alla famiglia, e l'impostazione del sistema scolastico, che lascia molta libertà agli allievi e non li stressa eccessivamente.

Questo stile di vita è l'ostacolo maggiore da affrontare per i produttori italiani che desiderano inserirsi in questo mercato. Seppure non sia una cultura troppo distante da quella italiana, è un sistema che funziona e coinvolge tutti, perciò va compreso bene, al fine di proporre prodotti che si adattino al contesto. [Wine Intelligence](#) ci viene in aiuto, proponendo un report sulle condizioni del mercato e le abitudini dei consumatori svedesi, da cui abbiamo pensato di estrapolare 5 punti fondamentali, quelli che consideriamo maggiormente interessanti dal punto di vista dell'export italiano.

È il monopolio del vino a determinare il comportamento dei consumatori

Systembolaget, un'azienda pubblica di proprietà del governo, detiene il monopolio della vendita di bevande alcoliche. Questo sistema, che oltretutto vincola il consumo di alcolici ai soli abitanti che hanno compiuto i 20 anni di età, al momento continua ad essere il canale numero uno per l'acquisto degli alcolici, anche se, a partire dal 2015, è stata riscontrata una tendenza diversa, i consumatori infatti hanno iniziato a cercare altre soluzioni per i propri acquisti.

Il consumo di vino fermo ha subito un lieve calo durante gli anni

La birra artigianale continua a crescere in termini di consumo, è un prodotto maggiormente radicato nelle tradizioni del Paese e naturalmente frena l'espansione del settore vinicolo. Inoltre, proprio a causa del sopracitato stile di vita salubre, gli svedesi stanno progressivamente astenendosi dal consumo di alcolici ed è un trend che sta continuando a crescere e al quale conviene prestare attenzione.

Gli svedesi continuano ad acquistare vino dal prezzo alto

I lati positivi ci sono, ricordiamoci che non solo lo stile di vita, ma anche l'economia svedese gode di buonissima salute. La situazione economica è molto positiva, il tasso di disoccupazione è basso e le importazioni sono aumentate di volume, fattori questi favorevoli alla spinta dei prodotti

d'importazione. Il recente aumento delle tasse e il desiderio di ricercare una maggiore qualità, stanno spingendo i consumatori svedesi a spendere di più per il vino che scelgono di consumare. Man mano che l'interesse per il vino cresce, i consumatori sono disposti a spendere di più.

Il trend della salute porta a trovare “soluzioni alternative”

Visto il trend “healthy”, i consumatori di vino, specialmente i più giovani, si orientano su prodotti alternativi e più salutari, facendo sì che la Svezia diventi un buon mercato per i vini biologici.

La cultura del cibo porta i consumatori ad abbinare maggiormente i vini durante i pasti

Nel paese la conoscenza in materia culinaria sta progressivamente aumentando, e ciò implica che chi sceglie di intendersi di cucina, si interessi anche dell'abbinamento con il vino, fattore molto positivo, soprattutto per chi desidera commerciare prodotti ad alta qualità e prezzo di fascia alta. Il consumo di vino ai pasti, inoltre, sta diventando una vera e propria abitudine per certe fasce di consumatori.