

Brevi guide per investitori italiani in Norvegia

# NORVEGIA

## Vino & bevande alcoliche

*ICE Agenzia – Ufficio di Stoccolma / Ambasciata d'Italia a Oslo*

*Data realizzazione: settembre 2018*

# Indice

---

Indice.....	2
Premessa.....	3
Quadro generale .....	3
Vinmonopolet.....	3
Struttura.....	3
Accordi generali di fornitura.....	4
Procedure d’acquisto.....	5
Lancio di nuovi prodotti e permanenza sul mercato .....	6
Analisi dei consumi.....	6
Ultimi trend.....	7
Focus vini .....	9
Vino rosso .....	9
Vino bianco.....	10
Totale vendite Vinmonopolet .....	10
Posizionamento dei principali paesi produttori di vino .....	12
I vini più venduti nel 2017 .....	13
L’importanza dei vini “ <i>bag in box</i> ” .....	14
I numeri dell’import .....	14
Conclusioni.....	16

## Premessa

---

Il presente studio intende offrire un quadro orientativo del mercato delle bevande alcoliche in Norvegia e delle procedure di acquisizione dei prodotti vitivinicoli da parte del monopolio di stato (Vinmonopolet).

Il peso predominante detenuto dal monopolio di stato nella vendita di bevande alcoliche con una quota di mercato dell'80%, impone una particolare attenzione all'andamento delle vendite presso questo canale.

In conclusione verranno messe in evidenza le possibilità presenti per le nostre aziende vitivinicole.

## Quadro generale

---

La vendita di bevande alcoliche (dalle birre con gradazione superiore ai 4,75% fino ai superalcolici) è in Norvegia strettamente regolamentata e sottoposta ad una pesante tassazione.

L'acquisto di alcolici è consentito esclusivamente attraverso i seguenti canali:

Grande distribuzione organizzata: permessa la vendita solo di birre con gradazione inferiore ai 4,75%.

Vinmonopolet: società pubblica incaricata della vendita al dettaglio in regime di monopolio delle bevande alcoliche (dalle birre con gradazione superiore al 4,75% fino ai superalcolici) in tutto il territorio nazionale norvegese. La quota di mercato della rete Vinmonopolet sugli acquisti totali di bevande alcoliche è mediamente del 82%.

Hotel, Restaurant e Catering (canale Ho.Re.Ca.): la vendita delle bevande alcoliche è consentita soltanto a seguito di concessione di licenza da parte del Ministero della Salute norvegese. Nonostante il volume di acquisti presso questo canale sia più esiguo se confrontato a quello del canale al dettaglio, l'Ho.Re.Ca. rappresenta un importante sbocco per le bevande alcoliche di fascia alta, nonché per l'inserimento di nuovi prodotti nel mercato.

Duty Free presso i terminal arrivi degli aeroporti e dei porti nazionali. Generalmente, la gestione dei punti duty free è dominata in Norvegia da grandi gruppi internazionali che procedono all'acquisto cumulativo per tutta la rete.

Il consumo annuale di alcol in Norvegia è oggi di 6,8 litri annui pro capite, minore che negli altri paesi scandinavi (Danimarca: 10,2 litri; Svezia: 9 litri). Le imposte sulle vendite di alcolici ammontano a circa il 54% del valore.

## Vinmonopolet

---

### Struttura

Uno dei principi cardine della politica norvegese per quanto concerne la vendita di bevande alcoliche è la rimozione delle logiche di profitto privatistiche nell'esercizio di un'attività, tenendo conto delle potenziali ripercussioni sulla salute, sugli stili di vita e sul benessere sociale della popolazione locale (<https://www.vinmonopolet.no/social-responsibility>).

Per questa ragione le autorità norvegesi hanno deciso l'istituzione di un monopolio pubblico per la vendita al dettaglio degli alcolici, gestito attraverso una società statale denominata Vinmonopolet (<https://www.vinmonopolet.no/>; una versione inglese, ridotta, è disponibile all'indirizzo URL

<https://www.vinmonopolet.no/vmp/english-category>). È proibita ogni tipo di pubblicità di bevande alcoliche.

Il Vinmonopolet è una rete di 283 negozi specializzati nella vendita di bevande alcoliche di ogni tipo, capillarmente diffusi sull'intero territorio nazionale (in misura proporzionale alla distribuzione della popolazione ed al consumo di bevande). L'azienda ha conseguito nel 2017 1,7 miliardi di euro di ricavi, impiega 152 dipendenti e presenta un catalogo con più di 12.000 prodotti.

Modello di applicazione della tassa sulle bevande alcoliche in Norvegia:

Prodotto	Accisa in valore assoluto
Bevande alcoliche a base di liquore di gradazione superiore a 0,7% per volume di alcol	NOK 7,46 per gradazione percentuale per litro
Bevande alcoliche di gradazione compresa tra 0,7% e 2,7% per volume	NOK 3,34 per litro
Bevande alcoliche di gradazione compresa tra 2,7% e 3,7% per volume	NOK 12,54 per litro
Bevande alcoliche di gradazione compresa tra 3,7% e 4,7% per volume	NOK 21,72 per litro
Bevande alcoliche di gradazione compresa tra 4,7% e 22%	NOK 4,86 per % per volume e litri

1 NOK= 0,97 € al 01/07/2018

Nella tabella di seguito un esempio della composizione dei prezzi di Vinmonopolet realizzato su una bottiglia di vino di gradazione alcolica 13% da 0,75 l (prezzi in NOK):

Prezzo al cliente	124,90
Prezzo del grossista	36,55
Tassa sull'alcol (accisa)	46,98
IVA	24,98
Tassa imballaggio	1,67
Margine Vinmonopolet	12,01

### **Accordi generali di fornitura**

In base a quanto stabilito dall'Alcohol Act solo le società registrate presso il *Norwegian Directorate of Customs and Duties* e quelle in possesso di regolare licenza per la produzione di bevande alcoliche possono richiedere al Vinmonopolet di sottoscrivere un accordo quadro di fornitura e diventare così ufficialmente "grossisti-importatori" del monopolio norvegese.

All'atto della richiesta di sottoscrizione dell'accordo, il grossista-importatore dichiara di accettare integralmente le clausole contrattuali stabilite dal Vinmonopolet.

Si attira in particolare l'attenzione sui tempi e le condizioni di consegna della merce, estremamente stringenti. Il grossista-importatore deve essere, infatti, in grado di fornire nei tempi prestabiliti l'intera rete del monopolio, accollandosi interamente i rischi ed il costo del trasporto fino al punto vendita.

Ciò ha favorito nel tempo la delega dell'attività distributiva ad aziende specializzate (ferma restando però sempre la responsabilità del grossista-importatore nei confronti del Vinmonopolet). Il 99% della distribuzione delle bevande alcoliche è oggi effettuato da solo quattro società.

I grossisti-importatori con cui il Vinmonopolet ha accettato di sottoscrivere un accordo sono 243. La lista aggiornata all'agosto 2018 è alla seguente pagina:

<https://vmp.sharepoint.com/:b:/s/Vinmonopoletslanseringslister/ERdzjgEIFAtBjQscxtbwTRUBRhkq5ZamwOUMrLtl3H0alw?e=rc4wu3>.

## Procedure d'acquisto

Il Vinmonopolet prevede cinque distinte categorie di prodotti da acquistare (<https://www.vinmonopolet.no/purchasing-and-product-range>):

- Basic range
- One lot range
- To order range
- Test range
- Additional range

Nelle categorie *Basic* e *One lot range* sono presenti le bevande acquistate dal Vinmonopolet attraverso tender stabiliti in base a piani promozionali e di sviluppo semestrali, e dunque ufficialmente inserite nel catalogo.

I tender sono pubblicati in un portale appositamente dedicato ai fornitori qualificati. Questi ultimi sono chiamati a presentare proposte in linea con le specifiche del bando (tipologia di vino, provenienza geografica, ripartizione delle uve e prezzo) nelle scadenze prestabilite. I campioni rispondenti a tali requisiti sono ammessi ad una selezione, consistente generalmente in *blind-tasting* (degustazioni "anomine" o "alla cieca") condotti da un panel di esperti chiamati ad esprimere un giudizio qualitativo e di congruenza di prezzo.

Una volta selezionato, il Vinmonopolet si impegna a tenere il prodotto nel suo catalogo per almeno 12 mesi (basic range). Talvolta il monopolio si riserva la facoltà di limitare la quantità acquistata di alcune bevande (one lot range). Esse permarranno pertanto nel catalogo fino al loro esaurimento e non per un periodo prefissato.

Il gruppo *to order* include invece quei prodotti non inseriti nel catalogo *basic* e *one lot*, ma disponibili nel negozio online del Vinmonopolet. I singoli punti vendita possono decidere di inserire tali bevande nei loro local range. Nel richiedere l'inserimento nel sito del prodotto l'importatore si impegna ad effettuare le consegne per conto del Vinmonopolet, anche di singole bottiglie, ed a detenere nei propri magazzini in Norvegia un quantitativo di merce sufficiente a soddisfare la domanda prevista per quella tipologia di bevanda.

Un'ulteriore possibilità di inserimento nel mercato norvegese è offerta dal monopolio attraverso l'*additional range*, ovvero la categoria di bevande non acquistabili online ma che può essere inserita dai singoli punti vendita della rete nazionale nella sua *local range*.

Infine, nel gruppo *test range* sono inseriti un ristretto numero di prodotti che il Vinmonopolet non intende acquistare nel breve termine, ma ai quali intende assicurare l'accesso al mercato in regime di conto vendita per verificarne la rispondenza o meno con i gusti dei consumatori norvegesi. Anche in questo caso, il monopolio procede all'emissione di un tender con delle specifiche. I prodotti ammessi nel *test range* sono immessi nel sistema Vinmonopolet per sei mesi, al termine dei quali l'invenduto viene restituito all'importatore.

### Lancio di nuovi prodotti e permanenza sul mercato

Il Vinmonopolet procede al lancio di nuovi prodotti sei volte all'anno nei mesi di gennaio-marzo-maggio-luglio-settembre-novembre.

Le nuove bevande inserite nel *basic range* sono suddivise in gruppi, segmentati a loro volta in base al prezzo. Scaduto il periodo di prova obbligatorio (12 mesi), per ciascun segmento di prezzo il Monopolio decide la quantità di merce che sarà detenuta in magazzino e di conseguenza il numero massimo di bevande che permarranno nel catalogo. La permanenza nel catalogo di un prodotto rispetto ad un altro è decisa unicamente dal mercato (il Vinmonopolet si ritiene infatti un *neutral retailer*): ogni mese viene aggiornata per ogni segmento di prezzo la classifica semestrale delle vendite e, sulla base dei dati ottenuti, i vini meno performanti sono esclusi ogni due mesi.

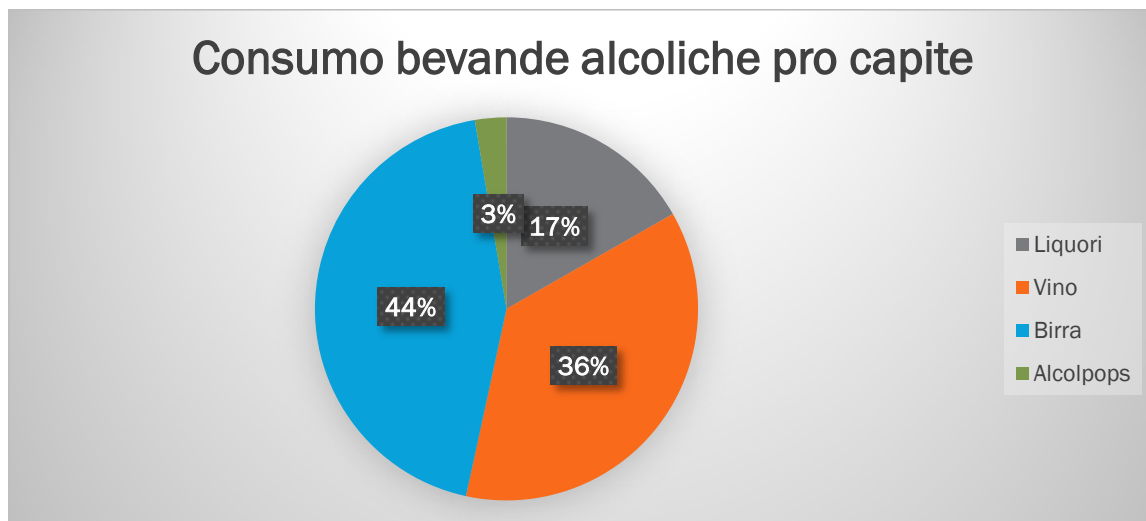
## Analisi dei consumi

Consumo di bevande alcoliche calcolata a persona (litri di alcol puro):

Consumo di alcol pro capite in Norvegia	Litri in alcol puro		Variazione %
	2016	2017	2016 - 2017
Totale	<b>6,03</b>	6	<b>-0,49</b>
Liquori	1,01	1,01	0
Vino	2,21	2,19	-0,9
Birra	2,65	2,63	-0,75
Alcolpops	0,16	0,17	6,25

Fonte: Statistisk Sentralbyrå

## Consumo bevande alcoliche pro capite



Nel 2017 le vendite di bevande alcoliche hanno visto una lieve diminuzione rispetto all'anno precedente dello 0,49%, per un totale di 26 milioni litri di alcol puro. Questo decremento dei consumi si dimostra coerente col periodo di stagnazione osservato nel 2015, conseguenza dell'aumento nel luglio 2014 delle accise sul vino.

Queste sono le tre fondamentali tendenze in atto nel mercato norvegese nell'ultimo quinquennio:

1. Tenuta degli acquisti dei vini da tavola, che confermano il proprio peso predominante nel mercato
2. Riduzione oramai strutturale del consumo presso il canale Vinmonopolet dei prodotti a maggiore gradazione alcolica (vini liquorosi o liquori).
3. Aumento del consumo dei così detti alcopops, bevande alcoliche zuccherate al gusto di frutta.

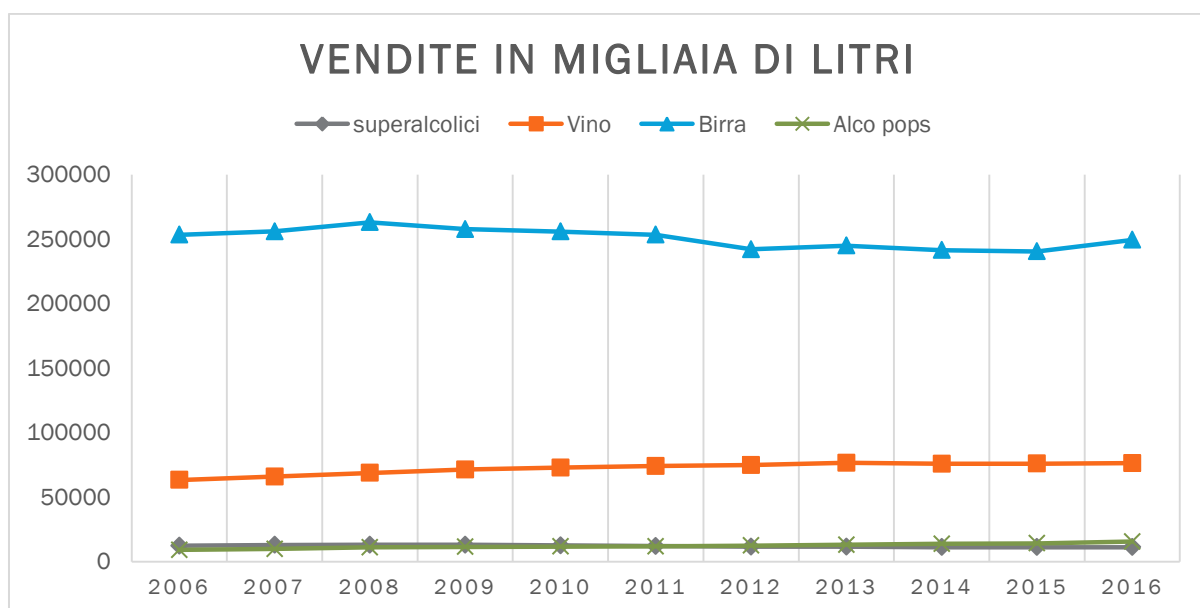
### Ultimi trend

Le vendite di vino totali hanno visto un lieve aumento dello 0,36% nel periodo 2016/2017, interrompendo il periodo di stallo iniziato nel 2014 con l'introduzione di accise più elevate sull'import. Questo aumento introdotto il 1 luglio 2014 può aver contribuito ad un parziale trasferimento degli acquisti dal tradizionale canale del Vinmonopolet ai negozi tax-free e alla vendita transfrontaliera.

Vendite di bevande alcoliche per volumi (migliaia di litri)									
	Alcol puro, totale	Superalcolici		Vino		Birra		Alco pops	
		Litri venduti	In alcol puro	Litri venduti	In alcol puro	As sold	Litri venduti	As sold	In alcol puro
<b>2006</b>	24151	12291	4848	63286	7638	253426	11257	9063	409
<b>2007</b>	24917	12934	5101	65874	7955	256072	11417	9839	444
<b>2008</b>	25836	13024	5079	68721	8533	263048	11724	11077	500
<b>2009</b>	25963	13077	5100	71309	8855	257700	11491	11462	517
<b>2010</b>	25913	12587	4909	72900	9049	255877	11431	11618	524

<b>2011</b>	25735	12072	4708	74108	9194	253369	11300	11824	533
<b>2012</b>	25225	11573	4514	74897	9289	242076	10862	12416	560
<b>2013</b>	25620	11506	4487	76604	9499	244980	11047	13013	587
<b>2014</b>	25296	11192	4365	75801	9399	241538	10911	13774	621
<b>2015</b>	25304	11159	4352	75938	9418	240445	10898	14106	636
<b>2016</b>	25841	11120	4337	76351	9470	249450	11336	15472	698
<b>2017</b>	25902	11111	4333	76075	9437	250789	11414	15943	718

Come evidenziato dalla tabella sottostante l'introduzione di accise più elevate e il conseguente aumento dei prezzi non hanno mai, nel corso degli anni, prodotto oscillazioni degne di nota, complice il forte potere d'acquisto dei consumatori norvegesi.



Totale vendite del "VINMONOPOLET" – In migliaia di litri					
				Variazione 2016/17	
	2015	2016	2017	Litri	Percentuale
Vino	65 914	66 402	65 746	-660	-1 %
Liquori	11 191	11 306	11 205	-94	0,8 %
Birra	2 482	2 641	2738	97	3,7 %
Vini liquorosi	539	519	500	-18	-3,6 %
Analcolici	349	436	489	53	12,2 %
<b>Totale</b>	<b>80 475</b>	<b>81 304</b>	<b>80 680</b>	<b>-623</b>	<b>-0,8%</b>
Totale escl analcolici	80 125	80 868	80 191	677	0,83 %



Osservando le vendite totali su scala nazionale registrate dall'Istituto nazionale di statistica e i dati riportati da Vinmonopolet, si può notare una differenza notevole dei canali di vendita tra i diversi prodotti. Infatti se l'87% del vino viene acquistato al dettaglio presso i punti vendita del monopolio, solo l'1% delle birre vengono vendute al Vinmonopolet, soprattutto a causa del fatto che la vendita di birre sotto i 4,7% è concessa anche presso altri punti vendita come supermercati e negozi di alimentari.

## Focus vini

### Vino rosso

Paese	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Italia	38 %	41 %	42 %	43 %	41 %	38%
Spagna	14 %	13 %	13 %	12 %	13 %	14%
Francia	12 %	13 %	12 %	11 %	11 %	11%
Cile	9 %	9 %	9 %	10 %	10 %	9,7%
Australia	10 %	8 %	8 %	7 %	6 %	6,3%
USA	5 %	5 %	6 %	7 %	7 %	7,2
Portogallo	4 %	5 %	5 %	6 %	6 %	6%
Sudafrica	3 %	3 %	3 %	2 %	3 %	2%
Argentina	4 %	3 %	3 %	2 %	2 %	1,8%

Fonte: Vinmonopolet

I quattro paesi più presenti nel mercato norvegese di vini rossi rappresentano il 75 % delle vendite del Vinmonopolet. L'Italia, nonostante il calo delle vendite registrato negli ultimi due anni, continua a mantenere il suo ruolo di leader, con una quota di mercato del 38% sulle vendite totali. I distretti Veneto e Puglia rappresentano il 55% delle vendite di vino italiano.

## Vino bianco

Paese	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Germania	31 %	31 %	30 %	29 %	28 %	28%
Francia	28 %	28 %	28 %	26 %	26 %	25,8%
Italia	12 %	12 %	12 %	12 %	10 %	11%
Australia	7 %	6 %	6 %	7 %	7 %	7,5%
Cile	4 %	5 %	5 %	7 %	7 %	8%
Ungheria	5 %	4 %	4 %	4 %	3 %	3,4%
Nuova Zelanda	1 %	2 %	3 %	3 %	2 %	3,2%
Spagna	3 %	3 %	2 %	3 %	2 %	2,5%

Fonte: Vinmonopolet

## Totale vendite Vinmonopolet

VINO - 1000 litri				Variazione	
	2015	2016	2017	Litri	Percentuale
<b>VINO ROSSO - TOTALE</b>	41 108	40 573	39 780	-792	-2,0 %
<b>Italia</b>	17 496	16 568	15 651	-916	-5,5 %
<b>Spagna</b>	5 037	5 359	5 696	337	6,3 %
<b>Francia</b>	4 376	4 167	4 565	399	9,6 %
<b>Cile</b>	4 021	4 259	3 969	-288	-6,8 %
<b>USA</b>	2 696	2 805	2 923	118	4,2 %
<b>Australia</b>	3 004	2 672	2 567	33	1,3 %
<b>Portogallo</b>	2 262	2 534	2 449	-223	-8,4 %
<b>Sud Africa</b>	982	999	836	-161	-16,2 %
<b>Argentina</b>	969	888	741	-146	-16,5 %
<b>VINO BIANCO</b>	17 501	17 966	17 880	-77	-0,4 %
<b>Germania</b>	5 142	5 076	5 031	-44	-0,9 %

<b>Francia</b>	4 639	4 800	4 628	-171	-3,6 %
<b>Italia</b>	1 940	1 973	1 979	5	0,3 %
<b>Cile</b>	1 184	1 406	1 462	56	4,0 %
<b>Australia</b>	1 164	1 296	1 347	51	3,9 %
<b>Ungheria</b>	652	634	613	-20	-3,3 %
<b>Nuova Zelanda</b>	517	537	576	39	7,3 %
<b>Austria</b>	441	429	480	51	12,0 %
<b>Spagna</b>	456	409	463	62	15,5 %
<b>Sud Africa</b>	354	422	460	38	9,0 %
<b>Portogallo</b>	382	361	341	-19	-5,5 %
<b>VINI SPUMANTI</b>	4 467	4 809	4 846	48	1,0 %
<b>Italia</b>	2 363	2 533	2 427	-94	-3,8 %
<b>Spagna</b>	933	1 063	1 113	105	10,5 %
<b>Francia</b>	941	1 008	1 085	22	2,2 %
<b>VINO ROSÉ</b>	1 964	2 104	2 214	110	5,3 %
<b>Francia</b>	848	942	1 062	120	12,8 %
<b>USA</b>	342	356	452	108	31,4 %
<b>Italia</b>	266	345	318	-37	-10,4 %
<b>Spagna</b>	205	174	161	-12	-7,0 %
<b>Cile</b>	131	135	109	-25	-19,1 %
<b>VINO AROMATIZZATO</b>	239	236	229	-19	-8,0 %
<b>Norvegia</b>	71	61	54	-6	-10,1 %
<b>Irlanda</b>	51	49	48	-5	-10,4 %
<b>Italia</b>	16	20	30	11	56,0 %
<b>Spagna</b>	26	30	27	-10	-27,7 %
<b>Cile</b>	32	26	22	-3	-12,9 %
<b>Germania</b>	17	23	22	-1	-5,7 %
<b>SIDRO</b>	60	72	127	55	77,3 %
<b>Norvegia</b>		31	79	47	154,0 %
<b>Inghilterra</b>		13	16	3	22,9 %
<b>Gran Bretagna</b>		9	15	5	61,5 %
<b>Francia</b>		9	4	-5	-53,7 %
<b>VINO DI FRUTTA</b>	66	63	58	-4	-7,8 %
<b>Finlandia</b>	47	45	40	-4	-9,8 %
<b>Danimarca</b>	16	15	14	-0,847	-5,6 %
<b>Norvegia</b>	2	2	2	0,343	14,6 %

<b>TOTALE (incl. altri paesi non indicati)</b>	65 914	66 402	65 746	-660	-1,0 %

Mentre le vendite di vini rossi e bianchi diminuiscono, aumentano le vendite di spumanti e soprattutto di vini rosati - una tendenza importante che è in corso da diversi anni e sembra destinata a protrarsi negli anni a venire.

Nella categoria liquori e superalcolici è il Cognac ad aver subito un calo sostanziale (-6%), così come i liquori provenienti dall'Italia, che hanno visto dal 2015 al 2017 un calo del -10%.

La maggiore crescita è stata per le bevande analcoliche con un aumento del 12% dal 2016 al 2017 conseguenza di un trend salutista e di un'offerta sempre maggiore di prodotti *alcohol-free*.

Nel 2017 le vendite di vini rossi italiani ammontavano a 15,6 milioni di litri, di cui 5 milioni di litri di provenienza veneta. Interessante notare che le vendite di vini rossi francesi nello stesso periodo ammontano a 4,1 milioni di litri, a dimostrazione della preferenza dei consumatori norvegesi per vini rotondi prodotti con metodologie del tipo Ripasso alla veneta.

Quella dei vini frizzanti è l'unica categoria ad aver conosciuto un aumento significativo delle vendite, soprattutto per quanto riguarda i proseccchi nostrani.

Il vino bianco italiano è in crescita, ma ancora lontano dalle classiche denominazioni tedesche e francesi come Riesling, Chablis, Sancerre.

Sebbene il vino rosso continui a rappresentare la bevanda alcolica preferita dalla popolazione norvegese (60% del consumo totale di vino), quest'ultima sta tuttavia prediligendo in misura crescente il consumo di vini bianchi, frizzanti e soprattutto rosé. Ciò ha comportato una sensibile riduzione nell'ultimo quinquennio della quota (calcolata in litri venduti) dei vini rossi (al ritmo di circa un punto percentuale all'anno).

Non è escluso che la maggiore diversificazione dei consumi sia connessa all'aumento di ricchezza della popolazione norvegese ed alla maggiore attenzione del consumatore locale per le mode e gli stili di vita del momento, conosciuti spesso nel corso dei sempre più frequenti viaggi a fini turistici.

Tali *trend* sono maggiormente orientati rispetto al passato verso un consumo più frequente di bevande alcoliche, a vantaggio dei vini "meno impegnativi" dal punto di vista della gradazione alcolica e della palatabilità. L'incremento delle occasioni di consumo, la volontà di sperimentare nuovi sapori, e la crescente attenzione della popolazione locale per condotte salutistiche sono fattori che spingono i norvegesi a diversificare il consumo rispetto alla tradizionale scelta di vini rossi. In linea con questa interpretazione, i vini frizzanti ed i rosé hanno conseguito migliori performance sui bianchi sia nell'ultimo anno che nel periodo 2009-2016.

### **Posizionamento dei principali paesi produttori di vino**

Guardando alla ripartizione della domanda tra i principali paesi produttori, l'Italia si conferma leader del mercato norvegese per quanto concerne le quantità vendute (litri di vino), seguita a grande distanza da Francia e Spagna. Quasi un terzo dei litri venduti nel 2017 dal Vinmonopolet è italiano.

A consolidamento di un trend ormai decennale, negli ultimi tre anni gli acquisti complessivi di vino italiano sono cresciuti ben più della media generale e dei principali *competitors*, ivi inclusi nazioni come Australia e Cile fortemente specializzate su prodotti a basso costo.

Sul piano generale, si osserva che il mercato dei vini norvegese presenta un'elevata concentrazione dal punto di vista geografico: l'84 % dei litri venduti nel 2016 proviene infatti dai primi cinque Paesi produttori: Italia, Spagna, Francia, Cile, Australia.

Tuttavia il posizionamento dei paesi nei singoli segmenti (vino rosso, bianco, frizzante e rosé) è molto diversificato in ragione delle diverse specializzazioni nazionali. Italia prima con i rossi ed i frizzanti, seconda con i rosé e terza con i bianchi. Insieme alla Francia, l'Italia è l'unico Paese - in una posizione complessivamente di forza rispetto ai "cugini" transalpini - ad occupare uno dei primi tre posti in ciascuno dei quattro segmenti individuati, a conferma del trasversale apprezzamento di questo Paese per i nostri vini.

Relativamente ai vini rossi, il significativo aumento di quota degli ultimi 10 anni è avvenuto nel quadro di un assestamento dei volumi di vendita di questo segmento, e dunque a scapito dei principali competitors (Spagna, in misura minore Francia, ma anche Australia).

Positivo l'andamento delle vendite anche di vini bianchi in cui l'Italia ha accresciuto il proprio peso di 2 punti percentuali (da 9,14 % a 11,4 %) riducendo negli ultimi 5 anni il gap rispetto ai leader del mercato Germania e Francia, dai quali permaniamo però distanti.

Inoltre, secondo alcuni rinomati importatori locali la nostra produzione di bianco presenterebbe un livello qualitativo tale da poter essere meglio valorizzata in questo mercato, vincendo l'iniziale "chiusura" degli operatori norvegesi (importatori, monopolio, canale Ho.Re.Ca.), più orientati a considerare l'Italia la "terra del vino rosso e dello spumante".

Volgendo lo sguardo ai vini frizzanti negli ultimi tre anni l'Italia ha registrato un aumento di quota di mercato del +36% sopravanzando e staccando nettamente gli altri paesi. Tale crescita ha visto il suo culmine nel 2013 con l'ascesa al primo posto nella classifica delle bottiglie più vendute in Norvegia (rete Vinmonopolet) di un prosecco. In questo settore il nostro paese si conferma leader incontrastato, con vendite superiori quasi del doppio rispetto alla Francia, che si aggiudica il secondo posto nelle vendite al dettaglio.

L'unica nota negativa è rappresentata dai vini rosé (dal 25,7% a 19,8%). Negli ultimi tre anni l'Italia ha infatti ridotto sensibilmente la propria quota di mercato, perdendo la leadership detenuta nel 2011 a vantaggio della Francia.

### **I vini più venduti nel 2017**

Nr	Nome prodotto	Tipologia	Origine	Litri venduti 2017
1	Marqués de Nombrevilla Garn.	Rosso	Spagna	1 108 272
2	Falling Feather Ruby Cabernet	Rosso	USA	1 087 044
3	Gato Negro Cabernet Sauvignon	Rosso	Cile	911 679
4	Tommasi Graticcio Appassionato	Rosso	Italia	807 594

5	Castelforte Appassimento	Rosso	Italia	767 358
6	Viña Maipo Mi Pueblo CabSauv	Rosso	Cile	662 490
7	El Copero	Rosso	Spagna	565 578
8	Doppio Passo Salento Primitivo	Rosso	Italia	563 760
9	Zaccagnini Cantina Rossa Montepulc d'Abr	Rosso	Italia	518 211
10	Viña Maipo Mi Pueblo SauvBl	Rosso	Cile	502 575

Fonte: Vinmonopolet

### L'importanza dei vini "bag in box"

Anche a causa della notevole tassazione cui sono soggette le bevande alcoliche, la domanda norvegese di vini si caratterizza in primo luogo per forte peso dei "bag in box" (B.I.B.), ovvero dei brick da 3 litri.

Tra i 50 prodotti più venduti dal Vinmonopolet figurano infatti solo 2 bottiglie (italiane), che salgono a 20 nei primi 100 a fronte di ben 80 B.I.B. I primi 80 brick venduti presso il Vinmonopolet assorbono il 41% della domanda norvegese intercettata da questo canale, così ripartita nei seguenti segmenti:

- Vini rossi: 55 "bag in box" pari al 46% delle intere vendite del Vinmonopolet di rossi (litri);
- Vini bianchi: 26 "bag in box" per il 40% degli acquisti;
- Vini frizzanti: 0 "bag in box";
- Vini rose': 1 "bag in box" corrispondente al 12% delle vendite.

L'Italia posiziona 35 vini tra i primi 100, 24 "bag in box" e 11 bottiglie, un numero decisamente superiore a quello degli altri paesi produttori.

## I numeri dell'import

### PRINCIPALI IMPORTAZIONI DI VINO IN BOTTIGLIA IN NORVEGIA, in litri

	2 013	2 014	2 015	2 016	2017	% sul totale 2017	Variazione 2013/17
<b>Italia</b>	13 168 311	14 546 214	14 271 220	13 665 201	13 284 598	39%	-2.7%

<b>Francia</b>	9 367 369	9 413 936	8 773 398	8 744 203	8 826 525	26%	0.9%
<b>Spagna</b>	5 273 238	5 153 329	4 720 793	4 578 025	4 548 454	13%	-0.6%
<b>Germania</b>	3 673 108	3 698 288	3 669 220	3 741 813	3 568 081	11%	-4.6%
<b>Cile</b>	1 860 804	2 291 475	2 057 034	2 149 129	1 945 109	6%	-9.4%
<b>Portogallo</b>	1 737 316	1 846 429	2 014 201	2 064 891	1 741 294	5%	-15.6%

Fonte: Statistisk Sentralbyrå

#### PRINCIPALI IMPORTAZIONI DI VINO IN BOTTIGLIA IN NORVEGIA, valore in €

	2 013	2 014	2 015	2 016	2017	% sul totale 2017	Variazione 2013/17
<b>Italia</b>	60 800 858	69 518 843	74 559 120	73 474 303	74 011 270	39%	22%
<b>Francia</b>	49 634 098	55 901 976	57 618 944	59 852 890	64 001 965	34%	29%
<b>Spagna</b>	21 203 400	21 486 928	21 654 682	20 649 463	21 380 897	11%	1%
<b>Germania</b>	13 812 509	15 423 696	16 836 364	17 891 976	18 260 811	10%	32%
<b>Portogallo</b>	4 911 212	5 342 099	6 310 346	6 943 050	6 408 297	3%	30%
<b>Cile</b>	4 165 784	5 182 476	5 237 462	5 575 612	5 258 366	3%	26%

Fonte: Statistisk Sentralbyrå

Italia, Francia e Spagna si attestano le prime tre posizioni come principali paesi esportatori di vino verso la Norvegia, coprendo insieme circa tre quarti dell'import di vini in volumi. Dati simili sono riscontrabili anche osservando i valori dell'import, dove i tre paesi mediterranei si confermano come leader. Non sorprende l'aumento della quota percentuale relativa ai vini francesi, notoriamente più cari rispetto a quelli provenienti da altri paesi produttori.

Da notare la scarsa rilevanza del Sudafrica, principale esportatore per volumi verso la limitrofa Svezia e principale fornitore di vini bianchi in Finlandia.

Osservando le variazioni dei volumi importati l'Italia registra una crescita del 3,7% rispetto al 2013. Il nostro paese, nonostante il calo dei volumi rispetto agli anni precedenti, mantiene il trend positivo avviato nel 2014, a differenza di Francia e Spagna che diminuiscono rispettivamente del 6,65% e 13%.

Variazioni al positivo per tutti i paesi principali per quanto riguarda le importazioni in valori, sintomo di un mutamento nelle preferenze dei consumatori norvegesi, orientata verso prodotti di categoria superiore.

In entrambi i casi è interessante notare una variazione relativa superiore per i paesi produttori Cile, Germania, Portogallo, dimostrazione di un crescente interesse anche per vini provenienti da paesi non mediterranei.

## Conclusioni

---

Prospettive di sviluppo futuro dell'offerta italiana.

- 1) L'Italia deve accrescere la sua presenza nei vini – brick e bottiglia – di fascia economica, con l'obiettivo di contrastare la tendenza dei consumatori norvegesi all'acquisto – per il consumo quotidiano – di vini bianchi tedeschi. La partecipazione a fiere di settore, aperte al pubblico, potrebbe favorire un maggior radicamento nel mercato.
- 2) Nel contempo, le nostre cantine devono stimolare gli importatori locali a proporre – in primo luogo al canale Ho.Re.Ca. – nuovi prodotti di fascia media o medio-alta in grado di rispondere alle richieste del consumatore norvegese più esigente, sempre più interessato ai vini bianchi. Iniziative rivolte alla stampa di settore e presso i numerosi circoli di “amanti del buon vino”/sommelier potrebbero essere d'aiuto.
- 3) Entrambi gli obiettivi (crescita delle quantità vendute e rafforzamento sui segmenti a maggior valore aggiunto) sono a parere di importanti operatori norvegesi del settore pienamente conseguibili, considerata la qualità della produzione italiana nei bianchi. Tuttavia è necessaria un'azione promozionale di supporto, sempre nel rispetto della legislazione vigente.