

COME E QUANTO SI BEVE VINO IN SVEZIA

Jn Svezia nel 1999 sono stati consumati 112.5 milioni di litri di vino, ogni abitante ne ha dunque acquistati circa 15 litri. Ottenere informazioni circa la vendita di prodotti alcolici in questo paese è molto semplice poiché esiste un monopolio statale e quindi è possibile acquistare vino solamente presso Systembolaget. Connettendosi al sito www.systembolaget.se è possibile visualizzare e scaricare depliant, cataloghi ed ottenere informazioni riguardanti questa catena. Il sito, essendo rivolto principalmente ad un pubblico nazionale, è in lingua svedese, tuttavia è presente un'ampia sezione in inglese, poiché in questi paesi è forte la consapevolezza che il proprio idioma è una lingua "minore" e perché le pagine costituiscono anche un servizio a possibili fornitori ed a curiosi. Il vino per essere venduto in Svezia deve essere accettato da Systembolaget, che lo deve assaggiare, presentare ad un panel di consumatori e infine deve effettuare una sperimentazione presso alcuni punti vendita. Nulla è lasciato all'improvvisazione e solamente i vini che sono graditi dal pubblico vengono commercializzati stabilmente. Esistono strutture analoghe in Finlandia ed in Norvegia. Sul territorio sono presenti 416 punti vendita Systembolaget (circa uno ogni 20-25000 abitanti) dove è possibile acquistare vino, birre con gradazione superiore a 3.5° e superalcolici. Questo tipo di monopolio nacque con lo scopo di disincentivare il consumo di alcol, incrementando i prezzi e riducendo il costo sociale dell'alcolismo, e quindi di ripartire questi proventi tra la popolazione. Le rivendite sono aperte dal lunedì al venerdì, ed il sabato mattina. La legge proibisce di incentivare il consumo di

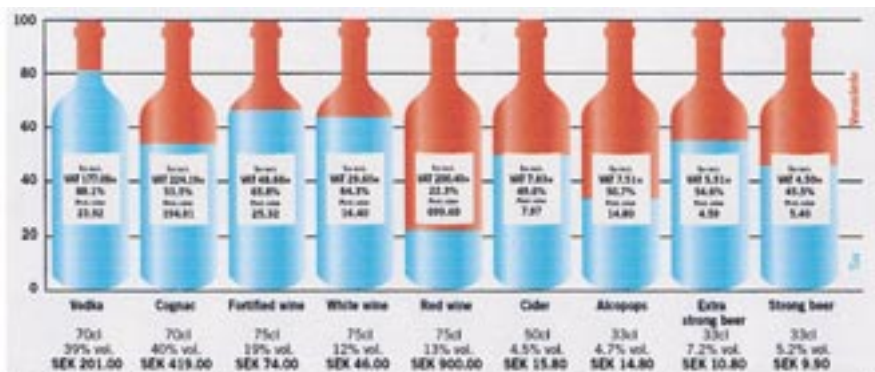


Figura 1: L'influenza delle imposte sulla composizione del prezzo finale di diversi prodotti alcolici (fonte Systembolaget)

alcol, quindi i minorenni non possono acquistare prodotti alcolici presso Systembolaget, né è possibile effettuare promozioni o pubblicità di bevande alcoliche, nemmeno presso i punti vendita. Tuttavia Systembolaget cerca anche di promuovere una cultura del bere bene: il personale viene formato tramite corsi di assaggio, su riviste vengono illustrati i migliori abbinamenti tra vino e cibo, inoltre nelle scuole viene fornito materiale che illustra gli effetti dell'alcol. Esistono due categorie di rivendite: la prima tipologia assomiglia ad un supermercato, è possibile girare tra gli scaffali, vedere le bottiglie e i tetrapak di vino e mettere il prodotto nel proprio carrello. Nell'altra, che assomiglia maggiormente al nostro dettaglio tradizionale con vendita assistita, è solo possibile chiedere all'addetto la bottiglia desiderata, che viene presa da un magazzino dietro il bancone. Mensilmente viene pubblicato il catalogo delle referenze, nel quale oltre al nome è indicata la provenienza del vino, che viene presentato corredato

di scheda parlata. Ogni prodotto è anche contraddistinto da un codice identificativo che serve per semplificare l'acquisto in presso il punto vendita, soprattutto in quelli più piccoli dove non è possibile toccare le bottiglie. Purtroppo non è consentito assaggiare i prodotti prima dell'acquisto.

La prima cosa che balza all'occhio osservando il catalogo degli alcolici è il prezzo, molto elevato e fortemente influenzato dalle tasse. Esempiare è il caso della vodka dove le tasse sono l'88% del prezzo al pubblico. Tanto è vero che nei locali i cocktails vengono preparati con il misurino, e i superalcolici venduti a centilitro. Bisogna segnalare che la tassazione non è proporzionale al prezzo, ma al contenuto in alcol, perché lo scopo di tale politica è proprio il disincentivarne il consumo.

Di fatto vengono fortemente penalizzati i vini a maggiore gradazione e quelli di bassa qualità, che hanno un prezzo inferiore e quindi un'incidenza dell'imposta maggiore. A dimostrazione di ciò nella figura 1 è riportato il caso di un vino rosso da 900 corone svedesi (circa 99 €) dove le tasse sono solamente il 22% del prezzo finale. Ciò senza dubbio, oltre a disincentivare il consumo di vino, dovrebbe promuovere il consumo di prodotti di qualità, poiché per questa categoria l'incidenza delle tasse sul costo totale è percentualmente inferiore. Ciò è palesemente contraddetto quando si analizzano le vendite di vino in base al tipo di confezionamento (figura 2): si osserva che il 22% del vino venduto in Svezia è in tetrapak! Le vendite raggruppate per prezzo denotano inoltre come la maggior parte del vino bianco venduto (circa il 70%) costa dalle 40 alle 60 corone (4.4 - 6.6 €), mentre il rosso (il 75%) dalle 50 alle 70 corone (5.5 - 7.7 €). Ciò può essere giustificato dal fatto che il vino è percepito dagli svedesi come status symbol e come fonte di alcol. Status symbol significa che il vino viene consumato non tanto per ciò che è ma per ciò che ti fa sembrare, lo stesso discorso si può fare in

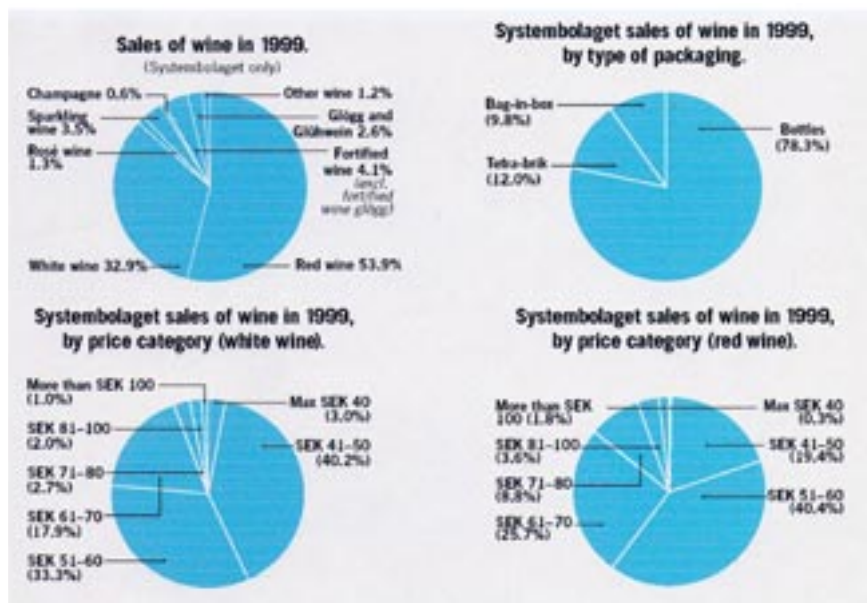


Figura 2 a,b,c,d: Le vendite di vino in Svezia raggruppate per tipologia, per contenitore e per fasce di prezzo. Una corona svedese (SEK) equivale a circa 0.11 Euro. (fonte Systembolaget)

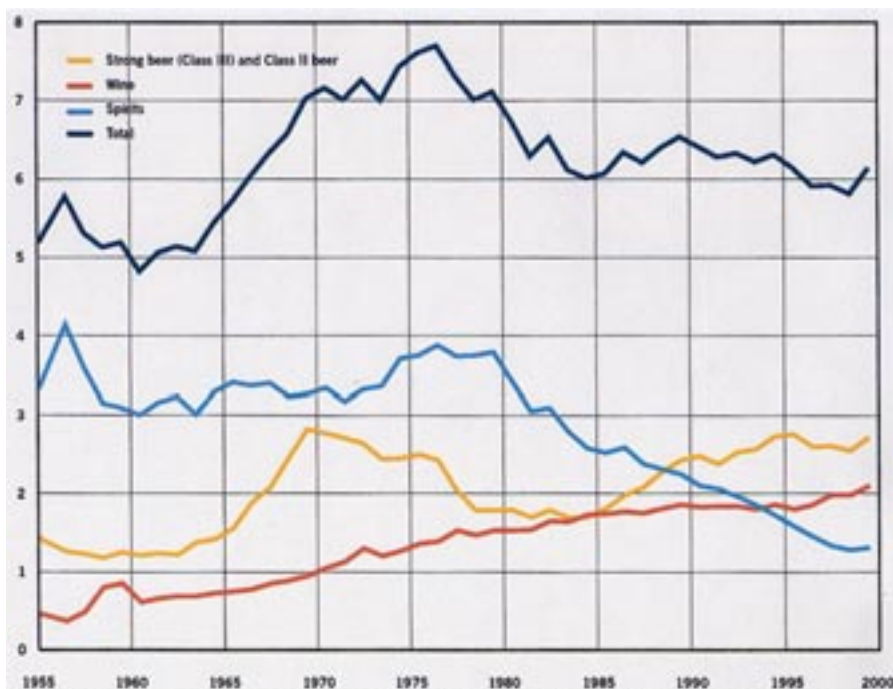


Grafico 1: L'evoluzione del consumo procapite di diverse tipologie di alcolico dal 1955 ai giorni nostri in Svezia. Le quantità sono espresse come litri di alcol puro. (fonte Systembolaget)

Italia per alcune marche di birra che vanno per la maggiore. Inoltre il vino è fonte di alcol soprattutto per i giovani, che tradizionalmente si ubriacano il venerdì ed il sabato sera e che devono fare i conti con il proprio budget. Ottimizzare la sbronza vuol dire ubriacarsi spendendo il meno possibile: di fatti un litro di alcol derivante da una bottiglia di vino (12°) che vale 46 corone costa circa 51000 corone (5610 €); mentre l'alcol derivante da una birra (5.2°) da 9.9 corone costa 58000 SEK al litro (6380 €). Questi motivi posso far comprendere perché le vendite di vino in tetrapak siano così elevate. Ciò è inoltre enfatizzato dal fatto che in Svezia manca una vera cultura enologica: il vino è stato introdotto recentemente in questo Paese, qui non è possibile coltivare la vite e quindi il vino è arrivato quando il progresso tecnologico dei trasporti lo ha permesso. Inizialmente se lo potevano permettere in pochi, da qui probabilmente è nato il suo significato di status symbol. Il vino è quindi percepito dalla gente come prodotto "esotico", di fatto la bevanda tradizionale è la birra che si adatta molto meglio alla cucina tradizionale nordica. Un effetto secondario delle politiche dedite a scoraggiare il consumo di alcol è stato il non incentivare il consumatore a scoprire il buon vino ed il buon bere.

Gli effetti nel tempo di queste politiche sono riassunti nel grafico 1. I prodotti sono stati raggruppati per categorie merceologiche. Come si vede chiaramente, a fronte ad un consumo di alcol sostanzialmente stabile si assiste ad un costante incremento nel consumo di vino e di birre ad alta gradazione (>3,5°). Inoltre emerge un calo nei consumi di superalcolici.

Analizzando le vendite di vino raggruppate per tipologia (figura 2) notiamo che gli svedesi preferiscono i vini rossi. Questo può essere inter-

pretato in diversi modi: in primis bisogna segnalare che è tradizione in Svezia mangiare a tavola pane e burro, soprattutto come antipasto. Il grasso di fatto maschera la percezione della tannicità del vino rosso e quindi è logico supporre che ciò abbia fatto propendere per un prodotto più strutturato. Una seconda determinante del maggiore consumo di vini rosso potrebbe essere ricondotta al sistema svedese di introduzione del vino sul mercato ed in particolare il ruolo dei sommelier nella scelta dei vini "papabili", i quali potrebbero aver favorito l'introduzione di vini più importanti, un terzo fattore potrebbe essere imputabile ancora al consumatore ed al fatto che all'inizio della introduzione del vino in Svezia questi abbia richiesto i vini più famo-

si che generalmente sono rossi.

Per quanto riguarda la preferenze dei consumatori circa la nazionalità dei vini (tabella 1), assistiamo ad un predominio spagnolo: infatti quasi un terzo del vino servito è di provenienza ispanica. L'Italia si colloca al secondo (14.4%) seguita a corta distanza dalla Francia. Colpisce l'esplosione che hanno avuto i vini spagnoli in 10 anni che sono passati dal 14 al 30%. Probabilmente le ottime politiche agricole intraprese da questo Paese, combinate con l'ottimo rapporto qualità-prezzo, ne hanno favorito la crescita. Bisogna anche segnalare il calo dei vini francesi e la costante crescita dei neo-produttori (Cile, Sudafrica, Argentina, USA)

Concludendo, possiamo dire che il mercato del vino in Svezia è fortemente distorto dalla presenza del monopolio. Innanzitutto le barriere all'entrata non incentivano di certo un piccolo produttore italiano a provare l'avventura svedese, soprattutto perché deve fornire un certo quantitativo di prodotto fortemente standardizzato ed inoltre l'iter burocratico sembra scoraggiante. Ciò di fatto impedisce anche al consumatore svedese di scoprire da solo il piacere del vino: tutto l'alcol è considerato, come il fumo, un male sociale e di fatto non è permesso promuovere efficacemente lo sviluppo del bere meglio né è possibile trovare i vini che sono prodotti in piccole quantità, caratteristici di tutta la nostra penisola. Le statistiche italiane inoltre ci insegnano che lo sviluppo di una vera cultura enologica non porta necessariamente ad un aumento del consumo di vino ma può portarne ad una diminuzione poiché i consumatori alla fine scoprono che spesso è meglio bere un bicchiere di buon vino piuttosto che due bicchieri di vino di qualità discutibile.

Matteo Balderacchi

(tutti i dati citati e le immagini riportate sono tratti dalle pubblicazioni di Systembolaget)

Tabella 1 - Vendite di vino raggruppate per paese di origine (espresse in migliaia di litri).

Paese	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	1999 (%)	Variazione 1999/98
Spagna	14350	15222	16477	16821	18048	25115	31251	29902	27268	30683	32501	30.50%	5.90%
Italia	7890	9197	7969	6925	7243	8146	11709	12082	15454	14854	15380	14.40%	3.50%
Francia	29309	24319	19723	18635	16943	16293	12157	9525	11491	13298	14281	13.40%	7.40%
Germania	8366	8327	7717	10670	12723	13921	12398	9785	8679	8304	8462	7.90%	1.90%
Cile	0	605	3115	5327	4814	4034	4025	4962	5205	4700	6265	5.90%	33.30%
USA	1585	3231	4639	4823	6285	6902	4895	5651	5907	5095	5456	5.10%	7.10%
Australia	8474	9043	13107	15317	15950	13026	6839	6334	5028	3835	4692	4.40%	22.40%
Portogallo	1690	1752	2152	1996	2297	2185	1975	2380	2697	3378	4108	3.90%	21.60%
Sud Africa	0	0	0	0	30	397	910	2297	2747	3093	3555	3.30%	14.90%
Svezia	6844	6853	6859	5997	3223	5609	5868	5005	3358	3064	2917	2.70%	-4.80%
Bulgaria	3798	4055	3261	2761	2617	2874	2799	2963	2746	3025	2461	2.30%	-18.60%
Ungheria	2360	2658	2723	2214	1604	1511	1940	2059	1859	1662	2108	2.00%	26.80%
Argentina	319	471	832	997	1217	610	267	425	607	1052	1011	0.90%	-3.90%
Romania	2392	1300	1364	1175	990	1043	1091	1230	1103	849	661	0.60%	-22.10%
Grecia	327	301	285	420	582	445	664	819	652	596	635	0.60%	6.60%
Austria	928	1147	999	763	467	476	916	806	753	501	470	0.40%	-6.00%
Nuova Zelanda	53	857	827	879	1262	862	558	442	366	431	419	0.40%	-2.90%
Cipro	1006	1200	1183	958	688	467	489	478	441	377	351	0.30%	-6.90%
Macedonia	462	743	629	376	207	166	57	64	29	210	204	0.20%	-2.60%
Danimarca	121	104	87	83	66	55	150	132	194	80	86	0.10%	7.10%
Altri	1878	2371	2164	1413	672	553	575	582	429	397	441	0.40%	11.00%
Totale	92007	93629	96038	98493	97888	104641	101495	97882	97046	99484	106465	100.00%	7.00%

FONTE: SYSTEMBOLAGET

