

In evidenza

C'è del vino in Danimarca. Intervista a Thomas Ilkjaer, giornalista e blogger

di: Alessia Panzeca

19 novembre 2019



Torniamo in Europa con la nostra rubrica sui mercati esteri raccontati dalla stampa internazionale per intervistare Thomas Ilkjaer, giornalista e blogger danese, cofondatore e manager della *Scandinavian Wine Academy – Denmark*, dove tiene lezioni sul vino italiano e su molti altri argomenti, e autore della più importante guida ai vini italiani nei paesi del Nord Europa.

La Danimarca è lo Stato più piccolo e più meridionale della Scandinavia e, storicamente, costituisce un territorio strategicamente interessante dal punto di vista economico perché ponte verso i paesi scandinavi e del Mar Baltico. Inoltre, i danesi – spesso definiti come il popolo più felice al mondo – hanno una buona capacità di spesa e amano da sempre la convivialità di cui cibo e vino sono elementi essenziali. Considerata “*no man’s land*” dal punto di vista culinario fino a meno di 20 anni fa, il paese oggi è meta gastronomica tra le più ricercate, grazie ai 26 ristoranti stellati presenti sul territorio e all’attenzione riposta alla buona tavola che ormai spazia dai più semplici café ai ristoranti più ricercati.

D. Gli ultimi dati ISTAT (riferiti all'anno 2018) segnano una battuta di arresto del consumo italiano in Danimarca, per la prima volta dopo tanti anni. Qual è, secondo te, lo stato di salute del mercato del vino italiano in Danimarca? C'è una ragione in particolare che può spiegare questo dato?

R. In Danimarca, il consumo di vino italiano ha continuato a crescere per almeno due decenni. Il vino italiano ha dominato il mercato (per volume) dal 2009, ma è vero che nel 2018 riscontriamo la stessa percentuale di crescita (22%) del 2017. Non credo che questo dato sia però segno di un rallentamento. Probabilmente il vino italiano ha raggiunto un livello tale da rendere la crescita sempre più difficile, ma per il prossimo futuro non vedo alcun cambiamento nell'amore dei danesi per il vino italiano. Vivendo in un Paese che di per sé non vanta una produzione considerevole di vino, i Danesi si mostrano curiosi e desiderano provare cose nuove. Siccome la scena enologica italiana è molto varia e in costante evoluzione, non si sente il bisogno di esplorare un altro Paese produttore di vino per andare alla ricerca di novità.

D. Il mercato danese è considerato un mercato scandinavo atipico per il fatto che non è regolato dai monopoli. Il controllo del mercato è in mano a pochi o è in effetti ben distribuito?

R. Dipende da quale parte del mercato stai guardando. Quattro grandi aziende stanno dietro all'85% circa della distribuzione del vino in Danimarca, ma vendono principalmente attraverso i supermercati, perciò controllano soprattutto le vendite dei vini di livello medio o basso. Per quanto riguarda i vini di alto livello, la situazione è diversa. La Danimarca conta una delle percentuali più alte di importatori pro capite, il che significa che è possibile trovare una percentuale molto elevata dei vini italiani di alta qualità da qualche parte nel mercato, spesso presso piccoli o piccolissimi importatori che rivendono soprattutto online.

D. Il canale più importante nella vendita di vino è la GDO, in Danimarca. Come si orienta il consumatore danese nella scelta al supermercato e cosa consigliare alle piccole aziende interessate ad accedervi? Inoltre, qual è la percezione danese del vino acquistato al supermercato?

R. I consumatori di vino danesi non particolarmente interessati ai vini, normalmente effettuano i loro acquisti al supermercato, una pratica che da noi non è considerata dequalificante. Al supermercato infatti si può trovare di tutto, dai vini *bag-in-box*, fino a quelli di medio livello, venduti a 20-25 euro. Inoltre, alcuni supermercati hanno dei reparti più specializzati con vini di alta qualità. Per i piccoli produttori è difficile entrare nel circuito dei supermercati, perché il mercato è dominato da pochi grandi importatori. Spesso, per attirare interesse sarà necessario un certo volume di vino. Perciò il miglior consiglio per i piccoli produttori è di cercare di contattare i molti importatori di piccole o medie dimensioni, attraverso le fiere enologiche internazionali o quelle organizzate in Danimarca.

D. Chi è il consumatore di vino danese?

R. In Danimarca si registra un consumo di vino molto alto pro capite e nella maggior parte dei segmenti di popolazione si trovano consumatori di vino. Negli ultimi decenni abbiamo assistito a un rapido sviluppo tra le generazioni più giovani e oggi osserviamo un ampio gruppo di persone, ventenni e trentenni, che mostrano grande interesse per il vino. Tipicamente, sono più curiose delle generazioni più vecchie e costituiscono la forza trainante di alcune tendenze come quelle dei vini naturali, degli *orange wine*, dei vini frizzanti e dei vini provenienti da nuovi Paesi produttori, come la Slovenia e la Grecia.

D. Qual è, secondo te, la percezione del vino siciliano nel consumatore danese?

R. I vini siciliani, assieme a quelli pugliesi e veneti, sono una delle ragioni principali della crescita nel consumo di vini italiani negli ultimi 10-15 anni. Ho l'impressione che i consumatori danesi ritengano che i vini siciliani abbiano un ottimo rapporto qualità – prezzo. Si tratta di vini che rispondono bene ad alcune delle parole chiave per conquistare il mercato: varietà internazionali famose, vini alcolici, vini con acidità e tannini meno marcati. Questa tendenza però sta cambiando e grazie ai vini della zona dell'Etna, le persone – soprattutto quelle con più esperienza e più curiose – stanno scoprendo e apprezzando altri vini siciliani.

D. In cosa pensi che eccella la Sicilia del vino in Danimarca e cosa pensi che ancora non abbia capito – cioè in cosa deve ancora migliorare?

R. Affinché i vini siciliani continuino a essere popolari anche in futuro, sarà necessario fornire sia i vini meno costosi destinati al consumo quotidiano, sia i vini di varietà autoctone e di piccoli produttori. La maggior parte del mercato è ancora interessata alla prima categoria, ma per tenere vivo l'interesse dei ristoranti e degli intenditori, è necessario puntare molto anche sulla seconda categoria. Questo è un segmento in cui la Sicilia è avvantaggiata rispetto ad altri Paesi produttori come il Cile, l'Australia e il Sudafrica, tutti grandi concorrenti nel mercato. Il vino biologico ormai è considerato "vecchia scuola" nel mercato danese ed è qualcosa che garantisce un notevole vantaggio ai produttori. Il vino biodinamico e i vini naturali sono popolari, ma ovviamente si tratta solo di un piccolo segmento di mercato.

D. Che peso hanno i social network per il consumatore di vino danese? Qual è /quali sono il /i social più seguito/i?

R. Ovviamente questo dipende molto dall'età del consumatore. Per le generazioni più giovani, i social network sono importanti e quasi tutti gli importatori utilizzano questi strumenti in qualche modo. Inoltre, i consumatori più giovani sono molto abituati a comprare vino online. I canali più importanti sono Facebook e Instagram.

D. Parliamo di te. Tu segui costantemente le pagine social delle aziende italiane? Cosa leggi per tenerti aggiornata sul mondo del vino?

R. No, sono troppo vecchio! Mi tengo aggiornato con le riviste online, le riviste cartacee e le newsletter. E viaggiando il più possibile.

di Alessia Panzeca