



IL MERCATO DEL VINO IN NORVEGIA

Luglio 2010

QUADRO MACROECONOMICO

Dati socio-economici

Popolazione	4,8 milioni
Superficie	385.155 km ²
Capitale	Oslo
Citta' principali	Oslo, Bergen, Trondheim, Stavanger
Forma di governo	Monarchia Costituzionale
Divisa	1 Corona Norvegese (NOK) = 100 oere 1 Euro = ca. 8,73 NOK (media 2009)
Settori di punta	petrolio, gas naturale, industria metallurgica, cantieristica navale, acquacoltura, energia idroelettrica, servizi (trasporti, finanziari, ICT)
Totale importazioni	427,9 miliardi di NOK (ca. € 49 miliardi)
Totale esportazioni	755,4 miliardi di NOK (ca. € 86,5 miliardi)

Indicatori Macro-economici:

PIL 2009	2.408 miliardi di NOK (ca. € 275,8 miliardi)
Crescita PIL 2009	-1,5% (2009)
PIL pro-capite 2009	498.750 NOK (ca. € 57.130)
Tasso di disoccupazione	3,3%
Tasso di inflazione	3,8%

QUADRO CONGIUNTURALE

La Norvegia, al secondo posto al mondo per reddito pro-capite (dopo il Lussemburgo), rappresenta una delle economie di maggior successo nel campo del benessere sociale (al primo posto negli ultimi anni secondo l'Indice di Sviluppo Umano predisposto dall'UNDP), caratterizzata da un alto livello di qualità della vita e da un ampio sistema di protezione sociale e ambientale.

La Norvegia, anche attraverso la sua adesione all'OMC ed allo Spazio Economico Europeo (SEE), partecipa attivamente all'attuale processo di liberalizzazione dei rapporti economico-commerciali internazionali.

L'economia norvegese è fortemente orientata verso la fornitura di materie prime e prodotti semilavorati (idrocarburi, pesce fresco e lavorato, legname, minerali).

Pur essendo un mercato di esigue dimensioni, la Norvegia è comunque caratterizzata da un alto reddito annuale pro-capite e una consistente propensione al consumo. Per questo motivo può essere considerata un ottimo mercato di nicchia per prodotti italiani di media e alta qualità.

Nell'arco di appena poche decine di anni si è trasformata da economia legata alle risorse naturali in una società della conoscenza. Le aziende norvegesi lavorano per sviluppare soluzioni economicamente vantaggiose ma attente all'ambiente. Servendosi di tecnologie molto avanzate, l'imprenditoria norvegese si muove nell'ottica di aumentare la produttività industriale e migliorare l'efficienza. Tra le peculiarità del sistema economico norvegese, spiccano l'attiva presenza dello Stato in economia (azionista di maggioranza delle principali aziende nazionali nel settore energetico, bancario, manifatturiero di base e dell'allevamento ittico), l'internazionalizzazione del settore finanziario, la presenza di un fitto tessuto di piccole e medie imprese attive nei servizi e nei comparti manifatturiero e tecnologico.

Di particolare attenzione sta godendo in questi anni il Made in Italy, con i suoi principali settori: dalla **moda-persona-tempo libero** (tessile e abbigliamento, calzature, pelletteria e conceria, oreficeria e gioielleria, cosmetica, occhialeria) alla **casa arredo** (con particolare attenzione all'edilizia), all'**agro-alimentare**, all'**automazione meccanica** e alla **nautica**.

QUADRO COMMERCIALE: INTERSCAMBIO ITALO-NORVEGESE 2009

Esportazioni italiane verso la Norvegia (valori in milioni di NOK)	Importazioni italiane dalla Norvegia (valori in milioni di NOK)
1. macchinari e mezzi di trasporto (5 756)	1. oli minerali, combustibili (16 803)
2. prodotti industria manifatturiera (2 231)	2. prodotti industria manifatturiera (2 012)
3. prodotti chimici (1 066)	3. macchinari e mezzi di trasporto(1 622)
4. prodotti alimentari ed animali vivi (1 051)	4. prodotti alimentari ed animali vivi (1 387)
5. bevande e tabacco (673)	5. prodotti chimici (391)

Fonte: Istituto Nazionale di Statistica Norvegese (SSB)

I dati evidenziano che il settore enoalimentare contribuisce con ca. il 13% dell'esportazioni totali dell'Italia verso la Norvegia nel anno 2009. Tale settore riceve un'attenzione particolare dal mercato norvegese che si interessa sempre di più allo stile di vita degli italiani.

IL MERCATO DEL VINO IN NORVEGIA

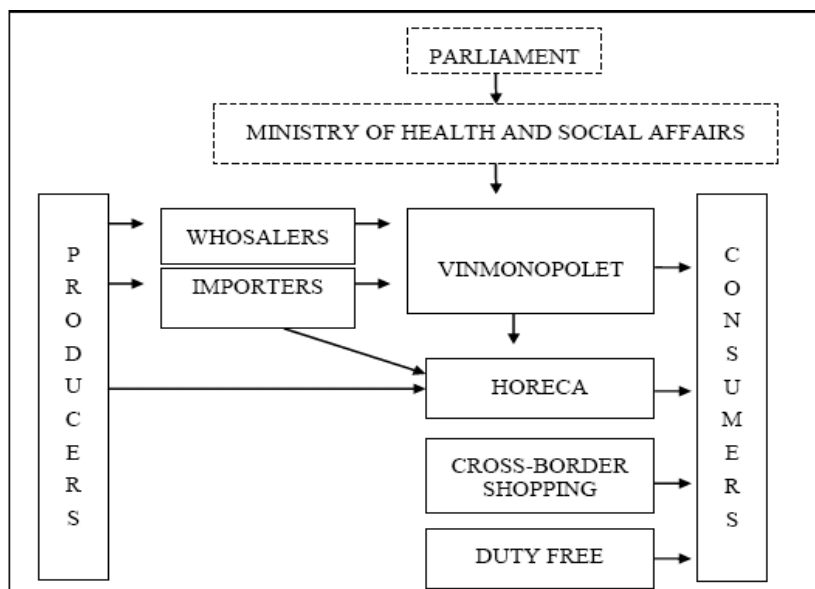
Il consumo di vino in Norvegia è cominciato durante il 1950, ma l'interesse per questa bevanda alcolica è stata limitata fino al 39. Dagli inizi del 2000, il consumo è aumentato notevolmente. Oggi il consumo di vino sembra aumentare anno per anno, e nel 2009 il consumo annuo pro capite è stato pari a 15 litri, e rappresenta il 23,81% del totale consumo di bevande alcoliche pro capite in Norvegia.

Nel corso del 2009, la Norvegia ha importato 76 milioni di litri per un valore totale di 245 milioni di euro, un prezzo medio di 3,21 euro per litro. I dati mostrano un incremento del 3,6% in volume e una diminuzione del 0,8% in valore rispetto al 2008. Tra i paesi produttori l'Italia è diventato il partner commerciale più importante in *termini di volume* con un incremento del 17,8%, mentre l'Australia (un paese cosiddetto "New World") presenta le migliori posizioni *sia in volume che in valore commerciale*.

Attualmente, all'interno del settore vitivinicolo norvegese i soggetti principali sono (vedi tabella):

- il Ministero della Salute e degli Affari Sociali che decide la politica di vino;
- il "Vinmonoplet" ente per la vendita al dettaglio autorizzato a vendere il vino al consumatore;
- grossisti ed importatori che mettono in relazione i produttori con "Vinmonopolet" e il canale HoReCa (Hotel, Resturants, Catering).

Catena di distribuzione del vino in Norvegia



Fonte: Reserch Council of Norway, programma YGGDASIL (2010); "The case of Norwegian wine market".

HoReCa rappresenta una via alternativa per i produttori di vino per raggiungere i consumatori finali. È il più grande mercato per gli importatori di vino al di fuori del mercato del monopolio, ed è l'unico canale in Norvegia dove il commercio del vino rappresenta un mercato libero.

Nel sistema di monopolio norvegese, Vinmonopolet può acquistare il vino solo attraverso importatori e / o grossisti e non direttamente dai produttori, come previsto, dal sistema stesso al canale HoReCa.

Inoltre, chi opera nel canale HoReCa può decidere dove comprare il vino, o dal Vinmonopolet o importatori, oppure direttamente dai produttori.

Malgrado Il monopolio e l'HoReCa siano i due canali principali per l'aquisto del vino, gli acquisti dai paesi stranieri e dai negozi alla frontiera, stanno aumentando. Inoltre, cresce la tendenza al acquistare il vino tramite il Tax-free in aeroporti o sui traghetti.

Vinmonopolet; il “Monopolio del Vino” detenuto dallo Stato norvegese

L'Ente Statale “Vinmonopolet” è l'unico organismo autorizzato alle vendite al dettaglio del vino e di altre bevande alcoliche, con una gradazione superiore al 4,7% ed ha ca. 240 punti vendita in tutto il Paese.

Ci sono due ragioni storiche alla base dell'istituzione del monopolio, entrambe possono essere classificate come motivi di ragioni sociali. Nel 19 ° secolo la Norvegia di fronte ai problemi legati alle importazioni di alcol, e nel 1921 la vendita di alcol, che significava che anche la vendita di qualsiasi tipo di vino, era proibita a seguito dei risultati del referendum sul divieto di vendita di alcolici, tenutasi nel 1919. Il primo Vinmonopolet fu aperto nel 1871 e durante gli ultimi anni sono stati aperti ca 10-12 nuovi punti di vendita all'anno. Il numero dei negozi alla fine 2010 sarà pari a 262, sempre in grado di coprire le esigenze dei clienti norvegesi in ogni parte del Paese.

Nei punti di vendita si trova una buona varietà di vini disponibili. Fra vini provenienti dai principali paesi produttori è anche possibile trovare un buon numero di vini italiani, sia D.O.C./D.O.C.G che non denominati. I più popolari di questi vini sono disponibili in tutti i suoi negozi, mentre quelli non in stock possono essere ordinati senza costi aggiuntivi. Questo sistema permette alla società di servire sia la maggioranza dei suoi clienti che gli intenditori del vino.

Come conseguenza di questa struttura di mercato, la scelta del vino dipende principalmente dal prezzo, dalla qualità del prodotto e dalla percezione che i consumatori hanno di loro. In questo senso, è possibile affermare che la politica di neutralità è adottata da Vinmonopolet e nessun favoritismo è mostrato verso le marche, i produttori, paesi o fornitori in genere. Tuttavia, il ruolo di Vinmonopolet è cambiato costantemente negli ultimi 15 anni dopo l'accordo SEE.

Aquisto del vino – Tenders

Il monopolio immette sul mercato nuovi prodotti ogni due mesi, tramite dei “tenders” (appalti) per la fornitura di specifici vini internazionali e ne offre ca. 10.000 ai consumatori norvegesi, tra questi ca. 1.450 sono inseriti nella lista di base (*basic range*), quindi disponibili in tutti i negozi del monopolio, mentre ca. 8.000 sono disponibili su ordinazione (*one lot range*).

La normativa norvegese permette ad una pluralità di importatori-grossisti, muniti di apposita licenza, di importare e vendere vino ed altre bevande alcoliche sia al Vinmonopolet che ai ristoranti e agli alberghi (HoReCa). La gestione dei “tenders” e delle successive forniture avviene attraverso questi importatori privati autorizzati dal Monopolio.

L'importatore offre i vini al monopolio in base ad un programma semestrale (MP), definito dallo stesso monopolio. Quest'ultimo, infatti, raccoglie informazioni dettagliate durante i primi sei mesi per poi presentare un'unica lista nei sei mesi successivi dei prodotti che verranno effettivamente comprati specificando: quanti tipi di prodotto, da quali paesi di origine e con quale estensione (range).

Il programma (Marketing Plan=MP) definisce le priorità per il periodo in questione ed in particolare presenta indicazioni sui vini da presentare alle gare trimestrali. Lo scopo del MP è di assicurare una grande varietà di prodotti basata su gruppi di prezzo, provenienza e stile per coprire la domanda attuale ed attesa.

Tempi necessari per l'introduzione sul mercato al dettaglio norvegese

<u>2 giugno</u>	Vinmonopolet rilascia il Market Plan
<u>15 settembre</u>	Specifiche per gli appalti (tenders) sono rilasciate. Possono variare da molto dettagliate a più generiche
<u>23 ottobre</u>	Termine per la consegna dei campioni di prova al Vinmonopolet
<u>5 dicembre</u>	Accettazione
<u>5 gennaio</u>	Termine per la consegna al Vinmonopolet delle informazioni riguardanti la consegna
<u>21 gennaio</u>	Termine per la consegna finale dei prodotti
<u>2 febbraio</u>	Termine per la conferma della merce disponibile in magazzino
<u>7 marzo</u>	Lancio dei prodotti al Vinmonopolet

LE IMPORTAZIONI DI VINI IN NORVEGIA

PRINCIPALI IMPORTAZIONI DI VINO							
Valori in milioni di corone							
	2007		2008		2009		
	Valore	Svil.	Valore	Svil.	Valore	Svil.	Incid.
TOTALE IMPORT	1 841 683	15,6 %	2 035 132	10,5 %	2 127 553	4,5 %	100 %
di cui da:							
Francia	566 786	17,4 %	624 635	10,2 %	629 920	0,8 %	29,6%
Italia	421 523	22,2 %	515 035	22,2 %	586 728	13,9 %	27,6%
Spagna	259 493	9,9 %	256 236	-1,3 %	273 653	6,8 %	12,9%
Germania	126 692	10,7 %	149 863	18,3 %	166 180	10,9 %	7,8%
Australia	91 191	-3,6 %	78 519	-13,9 %	100 599	28,1 %	4,7%
Cile	65 945	8,0 %	80 002	21,3 %	88 874	11,1 %	4,2%
Portogallo	69 417	-2,3 %	64 977	-6,4 %	69 969	7,7 %	3,3%
Altri	240 636	27,5 %	265 865	10,5 %	211 630	-20,4 %	9,9%

Le importazioni globali di vini in Norvegia nel 2009 hanno raggiunto un valore di ca. 2.128 milioni di corone (ca. 244 milioni di euro).

L'Italia detiene una quota di mercato pari a 27,6%, una quota in continuo aumento rispetto al 13,1% registrato nel 2000. Le importazioni di vino dall'Italia hanno raggiunto un valore di ca. 67 milioni di euro nel 2009.

IMPORTAZIONI DI VINO IN BOTTIGLIA (HS 2204.2109)									
Valori in 000. di corone									
	2007		2008		2009				
	Valore	Svil.	Valore	Svil.	Valore (nok)	Valore (€)	Svil.	Incid.	
TOTALE	1 222 195	13,4 %	1 329 030	8,7 %	1 355 842	155 379	2,0 %	100 %	
di cui da:									
Italia	320 949	16,4 %	378 317	17,9 %	406 098	46 539	7,3 %	30,0%	
Francia	333 558	20,0 %	359 312	7,7 %	373 303	42 781	3,9 %	27,5%	
Spagna	204 077	6,0 %	196 518	-3,7 %	203 783	23 354	3,7 %	15,0%	
Germania	74 167	7,9 %	94 413	27,3 %	99 558	11 409	5,4 %	7,3%	
Australia	69 890	31,3 %	68 822	-1,5 %	57 715	6 614	-16,1 %	4,3%	
Portogallo	49 585	-4,2 %	49 172	-0,8 %	55 740	6 388	13,4 %	4,1%	
Cile	40 917	11,2 %	45 498	11,2 %	48 668	5 577	7,0 %	3,6%	
Altri	129 052	6,8 %	136 978	6,1 %	110 977	12 718	-19,0 %	8,2%	

Le importazioni di vini in bottiglia in Norvegia nel 2009 hanno raggiunto un valore di ca. 1.356 milioni di corone (ca. 155 milioni di euro).

L'Italia detiene una quota di mercato pari al 30,0% e rinforza la posizione di leader sul mercato. Le importazioni di vino in bottiglia dall'Italia hanno raggiunto un valore di ca. 47 milioni di euro nel 2009.

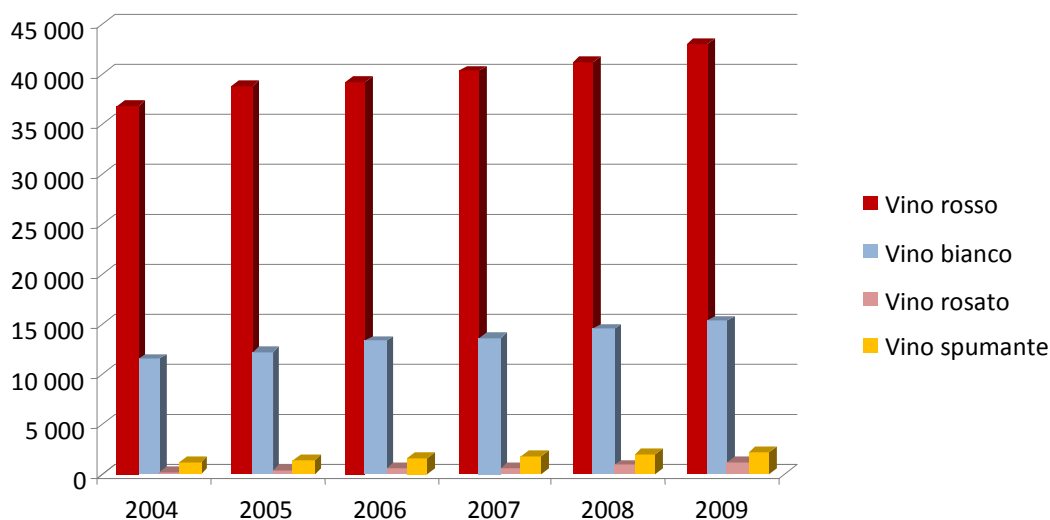
IMPORTAZIONI DI VINO SFUSO (HS 2204.2909)									
Valori in 000. di corone									
	2007		2008		2009				
	Valore	Svil.	Valore	Svil.	Valore (nok)	Valore (€)	Svil.	Incid.	
TOTALE	466 850	14,4 %	525 894	12,6 %	591 292	67 762	12,4 %	100 %	
di cui da:									
Italia	78 443	46,1 %	114 159	45,5 %	154 540	17 710	35,4 %	26,1%	
Francia	126 656	-0,5 %	132 360	4,5 %	134 328	15 394	1,5 %	22,7%	
Germania	50 852	14,1 %	54 422	7,0 %	65 907	7 553	21,1 %	11,1%	
Spagna	36 253	17,6 %	41 321	14,0 %	45 912	5 262	11,1 %	7,8%	
Australia	21 301	-48,6 %	9 697	-54,5 %	42 884	4 915	342,2 %	7,3%	
Cile	25 028	3,0 %	34 504	37,9 %	40 206	4 608	16,5 %	6,8%	
Portogallo	19 832	2,7 %	15 805	-20,3 %	14 229	1 631	-10,0 %	2,4%	
Altri	108 485	63,1 %	123 626	14,0 %	93 286	10 691	-24,5 %	15,8%	

Il vino sfuso rappresenta la categoria piu' dinamica sul mercato norvegese. Le quantita' vendute del vino bag-in-box hanno negli ultimi anni superato il vino in bottiglia sul mercato norvegese. Secondo gli ultimi dati disponibili presso il Vinmonopolet norvegese, nel 2009 il vino rosso sfuso (*bag-in-box*) ha costituito il 59% delle vendite totali di vini rossi mentre il bianco sfuso si e' attestato ad una quota del 53%.

Le importazioni di vini sfusi in Norvegia nel 2009 hanno raggiunto un valore di ca. 591 milioni di corone (ca. 68 milioni di euro).

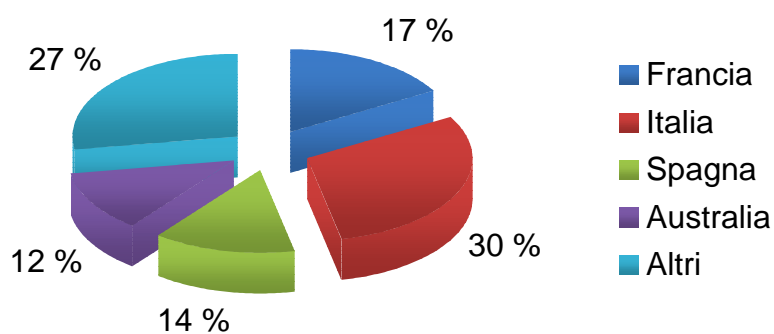
L'Italia detiene una quota di mercato pari a 26,1% e rinforza la posizione di leader sul mercato. Le importazioni di vino sfuso dall'Italia hanno raggiunto un valore di ca. 18 milioni di euro nel 2009.

Vendite al monopolio (in .000 di litri)

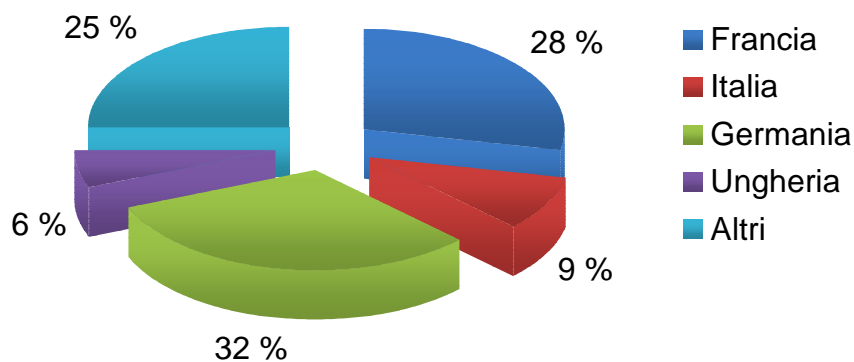


Il consumatore norvegese è fortemente orientato verso i vini rossi che rappresentano nei quantitativi circa il 65% delle vendite rispetto a circa il 35% dei bianchi: tuttavia le potenzialità di incrementare la presenza dei vini bianchi italiani sembrano notevoli.

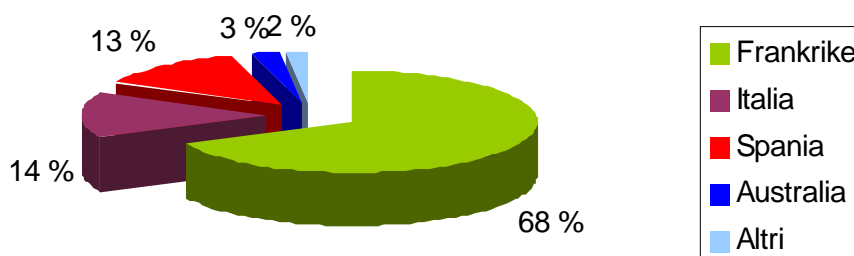
Quote del mercato - vino rosso - 2009



Quote del mercato - vino bianco - 2009



Quote del mercato - vino spumante - 2009



ACCESSO AL MERCATO: CONTROLLO DEL CONTENUTO, ACCISE, ETICHETTATURA, SISTEMI DI PAGAMENTO

L'amministrazione doganale non richiede specifici controlli della qualità prima di esportare il vino. L'esportatore è considerato obbligato a fornire le informazioni corrette in merito al contenuto (e gradazione) delle merci. Sulla base di queste informazioni l'amministrazione doganale potrebbe eseguire controlli a campione per verificare la veridicità delle informazioni, e per assicurarsi che non sia avariato e quindi nocivo alla salute del consumatore.

Accise

Come membro dello Spazio economico Europeo (SEE), la Norvegia offre libero accesso alle produzioni dei Paesi UE e non sono quindi soggette a nessuna restrizione o a dazi doganali. L'importazione di vini e alcolici deve tuttavia rispettare precise regole circa la destinazione dei prodotti ed il pagamento di accise. I vini e gli alcolici possono essere importati solamente da operatori ufficialmente autorizzati che sono responsabili del corretto pagamento e delle accise d'importazione qui di seguito riportate.

Sulle bevande a base di liquori o acquavite con un contenuto alcolico > 4,7 gradi: l'imposta è pari a 6,18 Corone per gradazione e per litro.

Sulle altre bevande alcoliche le imposte sono:

- da 4,7 a 22% vol. = 4,03 Corone per gradazione e a litro.

Esempio: una bottiglia di vino con gradazione alcolica di 14 gradi
(4,03 x 14 x 0,75 = 42,2 nok + IVA)

Oltre alle imposte suddette, viene applicata l'imposta generale sui prodotti alimentari pari allo 0,85% sul valore.

Sono previste le seguenti tasse sull'imballaggio:

- bottiglia di vetro = 1,51 Corone
- cartone (bag-in-box) = 1,83 Corone

A causa delle imposte molto alte, il prezzo al dettaglio aumenta mediamente di 4 volte rispetto al prezzo FOB dell'esportatore. Una bottiglia DOC al dettaglio nel monopolio parte da 12 Euro e la stessa bottiglia al ristorante costa 4-5 volte in più.

Etichettatura

La Norvegia rispetta la normativa UE relativa all'etichettatura.

Le indicazioni indispensabili sulle etichette delle bottiglie di vino sono:

- nome del produttore o dell'azienda imbottigliatrice
- nome del vino
- Paese di provenienza
- gradazione alcolica
- contenuto netto in ml/cl
- la denominazione del vino secondo il regolamento CEE

È inoltre indispensabile indicare sull'etichetta se al vino sono aggiunti solfati o altri additivi.

Altre indicazioni utili al consumatore - pur se non obbligatorie per un corretto riconoscimento del prodotto sono quelle relative al vitigno ed all'annata.

Sistemi di pagamento

In Norvegia le merci importate vengono pagate in genere con il sistema "a certo tempo dalla data della fattura". È poco usata la L/C irrevocabile e confermata.

Prima di accettare un tipo di pagamento diverso dalla L/C, si suggerisce di chiedere informazioni commerciali e finanziarie sul futuro cliente.

PROMOZIONE E PUBBLICITÀ

In Norvegia è vietata la pubblicità per le bevande alcoliche alla radio, alla televisione e sulle riviste dirette al pubblico.

È consentita la pubblicità solo sulle riviste specializzate dirette agli operatori del settore. La più importante azione promozionale è la fiera riservata agli operatori; "Smak", che si svolge ogni 2 anni a Lillestrøm. Il prossimo appuntamento sarà a Febbraio 2011.

Hanno notevole importanza le recensioni dei vini commercializzati dal monopolio che appaiono sulle riviste specializzate e sui principali quotidiani. Tali recensioni hanno un potere spesso sproporzionato e possono in alcuni casi determinare se un vino avrà la possibilità di successo sul mercato.

INFORMAZIONI UTILI

Ente doganale: Tollvesenet

Le informazioni in inglese possono essere reperite sul sito dell'Ente doganale:

www.toll.no

E-mail: oslo@toll.no

Tel.: + 47 22 86 03 00

Ente statale del Monopolio del Vino: AS Vinmonopolet

www.vinmonopolet.no

POB. 6953 St. Olavsplass

0130 Oslo

Tel: +47 22 33 45 60.

Dalla Norvegia: 04560

Fax: +47 22 01 51 90

E-mail: kundesenter@vinmonopolet.no

Reviste specializzate

Aperitif

Sito web: www.aperitif.no

Kristian Augusts gate 13

N-0164 Oslo

Tel.: 00 47 22 98 86 00

Fax: 00 47 22 98 86 01

E-mail: aperitif@aperitif.no

Annunci: e-mail: ellinor.kittilsen@aperitif.no

Rivista rivolta ai ristoratori e gli operatori del settore enoalimentare e del vino

Vinforum

Sito web: www.vinforum.no

Pedicel AS

Klingenberggaten 7, VII

P.O.Box 1321 Vika

N-0112 OSLO

Tel.: 00 47 23 11 32 90

E-mail: post@vinforum.no

Annunci: e-mail: annonser@vinforum.no

Rivista rivolta al pubblico – principalmente sui vini

Maison Mat & Vin

Sito web: <http://www.schibstedforlag.no/matvin>

Postboks 6974 St.Olav plass

N-0130 Oslo

Tel.: 0047 24146940

E-mail: redaksjonen@maison.no

Annunci: vidar.herulfsen@schibstedtforlag.no

Rivista sulla gastronomia per il pubblico

Fonti: Istituto di Statistica Norvegese (SSB) www.ssb.no dati calcolati in base al cambio annuo - Banca di Norvegia, Research council of Norway; the YGGDRASIL program and the program Master & Back of the Sardinia Local Government