

Posizionamento del vino Italiano nel mercato Norvegese

Alessio Marco Lazzari, Andrea Dal Vecchio, Danielle Borra, e Stefano Massaglia

DISAFA, Università di Torino, Largo Braccini, 2, 10095 Grugliasco (TO), Italy

Sintesi. Il mercato norvegese si sta configurando sempre più strategico per il comparto vinicolo italiano: le esportazioni di vino nel quinquennio 2010–2014 sono aumentate in valore dell'80% e la loro incidenza sul totale delle esportazioni italiane verso la Norvegia è passato dal 4,3% al 6%. L'Italia è il paese che nel mercato del vino Norvegese è cresciuto maggiormente nel quinquennio considerato. In tutte le categorie (rossi, bianchi, rosati e spumanti) i vini italiani fanno registrare incrementi in termini di volume e fatturato generato. La ricerca è stata realizzata analizzando i dati di vendita (volumi e fatturato) del Monopolio norvegese e che ha l'esclusiva di vendita al dettaglio di vini ed alcoolici. Nello studio viene inoltre analizzata l'incidenza dei formati bag-in Box che con un rapido sviluppo sono arrivati ad incidere per oltre la metà nel volume venduto e si stanno sviluppando sempre più nella fascia di prezzo media.

1. I consumi di vino in Norvegia

Il consumo di vino è in costante aumento in Norvegia attestandosi nel 2014 a 14 litri procapite e erodendo quote di mercato verso altre bevande come la birra più legate agli stili di consumo tradizionali (quest'ultima bevanda rappresenta circa 80% di tutti gli alcolici venduti in Norvegia).

Il mercato norvegese si sta configurando sempre più strategico per il comparto vinicolo Italiano: le esportazioni di vino nel quinquennio 2010–2014 sono aumentate in valore dell'80% e la loro incidenza sul totale delle esportazioni italiane verso la Norvegia è passato dal 4,3% al 6%.

Il mercato vinicolo norvegese è governato dal Ministero della Salute e degli Affari Sociali e dal Monopolio statale [1, 2], che gestisce la vendita al dettaglio ed è la sola agenzia autorizzata a vendere vino e altre bevande alcoliche con gradazione superiore al 4% al consumatore tramite una rete di 297 punti vendita distribuiti sul territorio nazionale.

Nel sistema del monopolio norvegese, Vinmonopolet può acquistare il vino solo attraverso importatori e/o grossisti e non direttamente dai produttori.

La scelta del vino in questa struttura di mercato dipende fortemente dal prezzo, dalla qualità del prodotto e dalla percezione che i consumatori hanno della denominazione o del paese d'origine.

Negli ultimi cinque anni questo mercato è stato uno dei più dinamici e interessanti a livello mondiale.

Nel 2010 le importazioni complessive di vino raggiungevano un valore di 2.115 milioni di corone norvegesi mentre nel 2014 sono arrivate ad un valore di 2.897 milioni di corone, con un incremento del 37%.

L'incremento è stato ancora maggiore per i vini Italiani: da 638 a 1.044 milioni di corone, permettendo così alle produzioni enologiche italiane di aumentare la quota

di mercato dal 30% al 36% e superando così stabilmente la quota detenuta dalle produzioni provenienti dalla Francia, pari rispettivamente al 29% e 30% ad inizio e fine del quinquennio.

I dati sulle importazioni complessive permettono di distinguere fra importazioni di vino in bottiglia e vino sfuso: nel primo caso l'incremento complessivo in termini di fatturato è stato del 37%, con un incremento delle bottiglie provenienti dall'Italia che è stato pari al +50%. Per quanto concerne il vino sfuso (bag-in-box) l'incremento complessivo in fatturato delle importazioni è stato del 24%, con una progressione dei vini provenienti dall'Italia del +56%. Per quanto riguarda l'incidenza del vino sfuso sul complessivo del volume generato in questo comparto, le quantità vendute di vino in bag-in box negli ultimi anni ha superato il vino in bottiglia.

Il consumatore norvegese è fortemente orientato verso i vini rossi che rappresentano nei quantitativi circa il 65% delle vendite contro il circa 35% complessivamente consumato di vini bianchi, rosati e spumanti.

2. Metodologia

L'analisi del mercato Norvegese è stata effettuata sul periodo di riferimento 2010–2014, analizzando le banche dati relative alle vendite effettuate presso i punti vendita del Monopolio fornite da Vinmonopolet agli importatori.

L'elaborazione di tali dati ha reso possibile approfondire la ricerca sui volumi venduti e il fatturato generato dalle vendite per tipologia di vino e per tipologia di formato approfondendo l'indagine sulle etichette effettivamente vendute nei punti vendita della catena di stato (più di 11.200 etichette di vino, Italiano ed estero).

I risultati presentati in questo lavoro, illustrano l'evoluzione delle vendite ed i trend più significativi individuati nell'arco temporale considerato.

Tabella 1. Volumi delle vendite (l) nei punti vendita Vinmonopolet.

Nazione	Anno 2010	Anno 2014	Var. %
Italia	16.761.072	21.841.947	30%
Francia	11.460.598	11.445.169	0%
Spagna	7.647.531	6.890.262	-10%
Germania	5.140.511	5.438.822	6%
Cile	4.445.672	4.909.942	10%
Australia	6.725.449	4.545.834	-32%
USA	2.099.656	2.757.340	31%
Portogallo	2.165.763	2.310.757	7%
Argentina	2.866.851	1.444.398	-5%
Sud Africa	1.749.823	1.403.883	-2%
Altri	1.753.015	1.952.992	11%
Totale	62.815.941	64.941.346	3%

Tabella 2. Fatturati (Euro) nei punti vendita Vinmonopolet.

Nazione	Anno 2010	Anno 2014	Var. %
Italia	295.620.688	421.036.519	42%
Francia	215.966.472	241.078.617	12%
Spagna	124.122.710	122.107.597	-2%
Germania	75.295.635	88.578.484	18%
Australia	106.122.805	75.091.943	-29%
Cile	62.782.392	72.297.903	15%
USA	30.816.896	44.997.306	46%
Portogallo	32.802.837	37.598.311	15%
Argentina	43.065.906	24.673.414	-43%
Sud Africa	27.509.903	22.841.150	-17%
Altri	28.057.548	35.406.388	26%
Totale	1.042.163.792	1.185.707.632	14%

I valori relativi ai fatturati sono espressi in euro, al tasso di cambio fissato convenzionalmente alla data del 10/01/2015 (1 NOK = 8.19 €), e si riferiscono al prezzo di vendita al consumo medio nell'anno di riferimento comprensivo delle tasse e accise.

3. Vendite di vino complessive presso i punti vendita del Monopolo

Le vendite di vino nei punti vendita del Monopolo Norvegese nel periodo 2010–14 (Tabb. 1 e 2) sono cresciute del 3% in volume e del 14% in fatturato sviluppato. In termini di crescita assoluta l'Italia è il primo paese per volumi e fatturato generato con una crescita nel periodo di indagine del 30% nei volumi e del 42% nel fatturato. Nel complesso i principali paesi produttori mantengono i volumi e i fatturati la crescita del mercato è spinta principalmente dall'Italia

4. Vini rossi

4.1. Vendite complessive di vini rossi

Tra il 2010 e il 2014 (Tabb. 3 e 4) il totale volume di vino rosso venduto in Norvegia diminuisce del 5,3% in volume e del 6,3% in fatturato.

Il trend più significativo rispetto al vino rosso è rappresentato da un lato dal calo dei volumi e dei fatturati

Tabella 3. Volumi (l) delle vendite di vino rosso.

Nazione	Anno 2010	Anno 2014	Var. %
Italia	14.076.500	17.432.420	23,80%
Francia	6.173.200	4.759.977	-22,90%
Spagna	6.049.200	5.241.433	-13,40%
Australia	5.446.600	3.181.012	-41,60%
Cile	3.801.500	3.813.412	0,30%
Argentina	2.225.000	1.009.141	-54,60%
Portogallo	1.902.400	1.889.603	-0,70%
USA	1.772.100	2.295.991	29,60%
Sud Africa	1.466.800	1.060.304	-27,70%
Altri	273.200	232.101	-15,00%
Totale	43.186.500	40.915.394	-5,30%

Tabella 4. Fatturato (Euro) vino rosso.

Nazione	Anno 2010	Anno 2014	Var. %
Italia	249.599.927	€337.479.608	35,20%
Francia	103.686.761	€91.025.041	-12,20%
Spagna	98.201.445	€92.224.714	-6,10%
Australia	85.687.654	€52.616.463	-38,60%
Cile	53.252.009	€55.503.043	4,20%
Argentina	33.930.794	18.003.234	-46,90%
Portogallo	28.505.472	30.674.355	7,60%
USA	26.021.899	37.574.303	44,40%
Sud Africa	22.993.829	17.380.791	-24,40%
Altri	4.500.917	5.196.267	15,40%
Totale	50.826.000	47.402.534	-6,70%

Tabella 5. Volumi (l) vino rosso–regioni Italiane.

Regione	Anno 2010	Anno 2014	Var. %
Puglia	4.603.715	4.181.535	-9,20%
Veneto	2.926.814	6.373.942	117,80%
Piemonte	2.231.162	2.613.620	17,10%
Abruzzo	1.828.304	1.502.502	-17,80%
Toscana	1.735.176	1.902.593	9,60%
Sicilia	330.402	356.398	7,90%
Altre regioni	420.888	501.829	19,20%
Italia	14.076.461	17.432.420	23,80%

di tutti i paesi produttori, ad eccezione degli Stati Uniti e dell'Italia; dall'altro che l'Italia è il paese che fa crescere volume e fatturato per il vino rosso in maniera più forte confermandosi al primo posto in termini assoluti sia nel 2010 che nel 2014 e con una crescita del 23,8% per volume venduto e del 35,2% nel fatturato.

Notevoli le quote di mercato perse da storici paesi competitor dell'Italia sui mercati esteri per il vino rosso, come la Francia che perde 22,9% dei volumi e il 12% del fatturato, la Spagna -13,4 volume e -6% di fatturato.

4.2. Vendite di vini rossi italiani

Tra le regioni Italiane produttrici di vino rosso nel periodo 2010–14 (Tabb. 5 e 6) l'aumento maggiore in termini di volume e fatturato si registrano dal Veneto con un aumento del volume venduto 117,8% e del fatturato del 118%. Le

Tabella 6. Fatturato (Euro) vino rosso–regioni Italiane.

Regione	Anno 2010	Anno 2014	Var. %
Veneto	59.922.458	130.688.554	118,10%
Puglia	71.197.424	69.987.986	-1,70%
Piemonte	43.710.254	56.027.903	28,20%
Toscana	32.703.847	38.338.526	17,20%
Abruzzo	29.145.688	25.970.507	-10,90%
Altre regioni	7.069.521	9.143.029	29,30%
Sicilia	5.850.735	7.323.103	25,20%
Italia	249.599.927	337.479.608	35,20%

Tabella 7. Volumi (l) vino rosso bag-in-box.

Nazione	Anno 2010	Anno 2014	Var. %
Italia	7.778.500	10.000.049	28,60%
Spagna	3.016.200	2.823.324	-6,40%
Francia	3.788.300	2.665.175	-29,60%
Cile	2.389.100	2.613.197	9,40%
Australia	3.805.400	2.218.932	-41,70%
USA	1.357.000	1.869.015	37,70%
Portogallo	998.200	1.032.316	3,40%
Sud Africa	1.086.400	862.073	-20,60%
Argentina	1.157.400	341.277	-70,50%
Altri	19.600	0	nd
Totale	25.396.100	24.425.358	-3,80%

altre regioni ad eccezione dell'Abruzzo fanno registrare anch'esse trend in aumento in termini di volumi e fatturato.

4.2.1. Vini rossi italiani in bag-in-box

L'incidenza del formato bag-in-box (Tabb. 7 e 8) per il vino rosso nel periodo 2010–14 è molto importante rappresentando circa il 50% del volume venduto per questa categoria di vino in Norvegia.

Nel formato bag-in-box per il vino rosso, il trend è simile a quello generale per la stessa categoria di vino riferito ai paesi produttori, con una diminuzione generale dei volumi venduti e dei fatturati, ovvero anche al formato bag-in-box si cerca la qualità del prodotto, e i consumatori sono disposti a spendere di più.

L'Italia nel formato bag-in-box rappresenta la prima nazione per volumi venduti +28,6% e fatturati generati con un +39,9%, quindi anche per il vino rosso Italiano venduto in questo formato il trend è un aumentato nel volume venduto percepito come di maggiore qualità.

5. Vini bianchi

5.1. Vendite complessive di vini bianchi

I principali paesi per la categoria vino bianco per fatturato e volume sono Germania, Francia e Italia. Per questa categoria nel periodo 2010–14 (Tabb. 9 e 10) il trend generale è in crescita volume +13,5% e fatturato +25,2%. Ci sono inoltre trend interessanti riguardo paesi emergenti che fanno segnare tassi di crescita molto alti come Nuova Zelanda, Cile e Sud Africa.

Tabella 8. Fatturato (Euro) vino rosso bag-in-box.

Nazione	Anno 2010	Anno 2014	Var. %
Italia	116.179.970	162.500.013	39,90%
Spagna	40.672.738	41.935.244	3,10%
Francia	52.946.384	40.852.496	-22,80%
Cile	31.086.928	35.589.363	14,50%
Australia	55.772.505	33.919.424	-39,20%
USA	18.426.295	28.727.130	55,90%
Portogallo	13.646.323	15.260.160	11,80%
Sud Africa	15.653.784	13.016.791	-16,80%
Argentina	16.053.395	5.081.236	-68,30%
Altri	252.000	0	nd
Totale	360.690.322	376.881.857	4,50%

Tabella 9. Volumi (l) vino bianco.

Nazione	Anno 2010	Anno 2014	Var. %
Germania	5.055.276	5.361.386	6,06%
Francia	4.320.688	5.056.557	17,03%
Italia	1.605.590	2.087.089	29,99%
Australia	1.103.356	1.129.266	2,35%
Cile	571.695	939.953	64,42%
Ungheria	887.908	728.474	-17,96%
Nuova Zelanda	108.757	495.819	355,90%
Spagna	492.549	448.557	-8,93%
Argentina	621.923	432.507	-30,46%
Austria	363.289	362.166	-0,31%
Portogallo	149.739	359.665	140,19%
Sud Africa	279.248	337.851	20,99%
USA	173.511	121.761	-29,83%
Altri	19.524	13.121	-32,80%
Totale	15.753.053	17.874.172	13,46%

Tabella 10. Fatturato (Euro) vino bianco.

Nazione	Anno 2010	Anno 2014	Var. %
Francia	81.068.196	102.480.807	26,41%
Germania	73.731.379	56.856.666	-22,89%
Italia	26.450.365	36.886.028	39,45%
Australia	17.307.187	18.429.963	6,49%
Cile	8.395.217	14.285.507	70,16%
Ungheria	12.581.901	10.807.667	-14,10%
Nuova Zelanda	2.338.064	9.810.353	319,59%
Spagna	8.027.290	8.012.204	-0,19%
Austria	6.486.775	7.014.702	8,14%
Argentina	8.891.438	6.630.352	-25,43%
Portogallo	2.456.442	5.830.816	137,37%
Sud Africa	4.433.224	5.334.173	20,32%
USA	2.646.609	2.160.414	-18,37%
Altri	309.040	326.776	5,74%
Totale	7.327.003	284.866.428	25,25%

L'Italia cresce +30% nei volumi venduti e del 39,9% nel fatturato in questa categoria confermando il suo terzo posto nei paesi produttori di vino bianco venduto in Norvegia.

5.2. Vendite di vini bianchi italiani

La principale regione Italiana per il vino bianco in valore assoluto per volume e fatturato è il Veneto, con circa

Tabella 11. Volumi (l) vino bianco italiano.

Regione	Anno 2010	Anno 2014	Var. %
Veneto	820.016	1.273.004	55,24%
Abruzzo	47.367	179.597	279,16%
Trentino Alto Adige	116.058	177.004	52,51%
Puglia	161.320	151.786	-5,91%
Sicilia	70.646	74.895	6,01%
Piemonte	59.461	67.132	12,90%
Friuli Venezia Giulia	126.169	61.435	-51,31%
Altre regioni	251.920	102.236	-59,42%
Totale	832.941	2.087.089	150,57%

Tabella 12. Fatturato (Euro) vino bianco italiano.

Regione	Anno 2010	Anno 2014	Var. %
Veneto	13.559.915	22.141.174	63,28%
Abruzzo	700.827	3.066.481	337,55%
Trentino Alto Adige	1.931.180	2.964.089	53,49%
Puglia	2.506.606	2.584.267	3,10%
Piemonte	1.109.964	1.365.017	22,98%
Sicilia	1.201.448	1.330.237	10,72%
Friuli V. G.	2.025.142	1.182.588	-41,60%
Altre regioni	4.116.110	2.252.174	-45,28%
Totale	27.151.192	36.886.027	35,85%

Tabella 13. Volumi (l) vino bianco bag-in-box.

Nazione	Anno 2010	Anno 2014	Var. %
Francia	2.272.093	2.670.645	17,54%
Germania	2.641.235	2.661.880	0,78%
Italia	639.798	1.038.298	62,29%
Australia	741.772	812.508	9,54%
Ungheria	762.786	692.883	-9,16%
Argentina	406.604	301.853	-25,76%
Sud Africa	208.352	277.316	33,10%
Austria	246.462	208.713	-15,32%
Spagna	76.526	86.257	12,72%
Cile	300.245	49.605	-83,48%
Altri	98.224	165.553	68,55%
Totale	8.394.097	8.965.511	6,81%

la metà del volume di vino bianco italiano venduto in Norvegia e nel periodo di riferimento (tabb. 11 e 12) cresce ancora del 55,2% in volume e 63,3% in fatturato. Ottime performance vengono anche da Abruzzo e Trentino, mentre il calo più forte si registra per il Friuli.

5.2.1. Vini bianchi italiani in bag-in-box

Il formato bag-in-box per la categoria vino bianco vale in Norvegia circa un terzo del volume venduto. Nel periodo di riferimento (Tabb. 13 e 14) il trend è +6,8 nei volumi e +20,4% nei fatturati generati da questo formato, a indicare che anche per questa categoria di vino come per il rosso, nel mercato norvegese la tendenza è quella di dare un valore maggiore alla quantità nei formati bag-in-box.

L'Italia è il paese che maggiormente cresce per volumi venduti +62,3% e fatturato generato 79,4%, passando

Tabella 14. Fatturato (Euro) vino bianco bag-in-box.

Nazione	Anno 2010	Anno 2014	Var. %
Francia	34.873.490	44.735.349	28,28%
Germania	33.684.282	37.182.692	10,39%
Italia	8.986.423	16.127.959	79,47%
Australia	10.745.757	12.420.586	15,59%
Ungheria	10.486.406	10.023.242	-4,42%
Cile	3.864.111	6.720.695	73,93%
Argentina	5.545.189	4.404.882	-20,56%
Sud Africa	2.956.401	4.048.239	36,93%
Austria	3.711.276	3.380.015	-8,93%
Spagna	1.035.741	1.301.893	25,70%
Altri	1.529.657	2.526.170	65,15%
Totale	116.382.992	139.043.659	19,47%

Tabella 15. Volumi (l) vino rosato.

Nazione	Anno 2010	Anno 2014	Var. %
Francia	301.077	775.030	157,42%
Italia	350.275	347.726	-0,73%
Austria	60.375	338.105	460,01%
Spagna	214.634	213.163	-0,69%
Portogallo	111.092	156.065	40,48%
USA	153.431	132.071	-13,92%
Cile	71.627	59.974	-16,27%
Altri	46.051	52.935	14,95%
Totale	1.308.562	2.075.069	58,58%

Tabella 16. Fatturato (Euro) vino rosato.

Nazione	Anno 2010	Anno 2014	Var. %
Francia	5.448.375	15.073.217	176,66%
Italia	6.356.281	6.613.566	4,05%
Austria	1.194.051	5.237.462	338,63%
Spagna	3.373.436	3.377.677	0,13%
Portogallo	1.792.475	2.498.936	39,41%
USA	2.125.129	2.233.465	5,10%
Cile	1.120.708	1.302.641	16,23%
Altri	674.732	840.591	24,58%
Totale	22.085.187	37.177.555	68,34%

dalla quarta posizione del 2010 alla terza nel 2014 in valore assoluto dietro a Germani e Francia e davanti all'Ungheria.

6. Vini rosati

6.1. Vendite complessive di vini rosati

Il mercato del vino rosato in Norvegia nel periodo di riferimento (Tabb. 15 e 16) cresce sia in termini di volumi venduti +58,5% che di fatturato +68,3. La crescita avviene in tutti i paesi tranne il Cile, USA e Spagna. Il trend di crescita maggiore viene dall'Austria con un aumento del 460% in volume.

Nella categoria del vino rosato, l'Italia passa da 1° paese a 2° dopo la Francia mantenendosi stabile nei volumi e un +4%. La Francia e l'Austria (3° posto) sono le due nazioni che crescono di più con un aumento nei volumi rispettivamente del 157% e del 460%.

Tabella 17. Volumi (l) vino rosato italiano.

Regione	Anno 2010	Anno 2014	Var. %
Piemonte	98.684	133.886	35,67%
Campania	52.156	100.628	92,94%
Abruzzo	84.311	66.700	-20, 89%
Veneto	61.204	36.252	-40, 77%
Altre regioni	53.922	70.289	30,35%
Totale	350.277	407.755	16,41%

Tabella 18. Fatturato (Euro) vino rosato italiano.

Regione	Anno 2010	Anno 2014	Var. %
Piemonte	1.843.000	2.223.339	20,64%
Campania	1.190.877	1.980.030	66,27%
Veneto	1.109.904	890.576	-19, 76%
Abruzzo	1.338.628	158.815	-88, 14%
Altre regioni	873.871	€1.360.806	55,72%
Totale	€6.356.280	6.613.566	4,05%

Tabella 19. Volumi (l) vino rosato in bag-in-box.

Nazione	Anno 2010	Anno 2014	Var. %
Francia	66.048	256.922	288,99%
USA	129.871	249.141	91,84%
Spagna	60.692	109.871	81,03%
Italia	127.257	87.135	-31, 53%
Altri	89.606	141.195	57,57%
Totale	412.782	844.264	104,53%

Tabella 20. Fatturato (Euro) vino rosato in bag-in-box.

Nazione	Anno 2010	Anno 2014	Var. %
Italia	1.835.605	1.296.863	-29, 35%
USA	1.722.653	3.781.314	119,51%
Francia	914.286	4.260.720	366,02%
Spagna	839.839	1.564.693	86,31%
Altri	1.215.232	2.118.806	74,35%
Totale	4.773.490	13.022.396	172,81%

6.2. Vendite di vini rosati italiani

Le principali regioni di produzione Italiane per il vino rosato in Norvegia sono: la Campania, il Piemonte, e l'Abruzzo. Nel periodo considerato (Tabb. 17 e 18) la crescita maggiore è registrata da Campania e Piemonte mentre il calo maggiore avviene per il veneto e l'Abruzzo.

6.2.1. Vini rosati italiani in bag-in-box

Il formato bag-in-box per la categoria di vino rosato sta diventando importante (Tabb. 19 e 20) raddoppiando in volume +78,4% e fatturato +228,4%. Il formato bag-in-box rappresenta circa un terzo del volume venduto, ma il dato più significativo è nella capacità di generare fatturato che triplica in soli cinque anni.

Tabella 21. Volumi (l) vino spumante.

Nazione	Anno 2010	Anno 2014	Var. %
Italia	728.746	1.975.713	171,11%
Spagna	891.198	987.110	10,76%
Francia	665.608	853.605	28,24%
Australia	155.543	183.472	17,96%
Germania	66.960	31.242	-53, 34%
Altri	59.879	46.575	-22, 22%
Totale	2.567.934	4.077.717	58,79%

Tabella 22. Fatturato (Euro) vino spumante.

Nazione	Anno 2010	Anno 2014	Var. %
Italia	13.214.115	40.057.317	203,14%
Francia	25.763.139	32.499.552	26,15%
Spagna	14.520.539	18.493.001	27,36%
Australia	2.806.164	3.294.378	17,40%
Germania	1.227.251	633.101	-48, 41%
Altre	1.043.564	1.008.478	-3, 36%
Totale	58.574.772	95.985.827	63,87%

Tabella 23. Volume (l) vino spumante italiano.

REGIONE	Volume 2010	Volume 2014	Var 2010-14
Piemonte	351.273	314.682	-10, 42%
Veneto	306.874	1.546.033	403,80%
Altre regioni	70.599	113.998	61,47%
Totale	728.746	1.974.713	170,97%

7. Vini spumanti

7.1. Vendite complessive di vini spumanti

La categoria dei vini spumanti nel mercato Norvegese nel periodo di riferimento (Tabb. 21 e 22) cresce in volume +58,8% e in fatturato +63,8% aumentando anche in valore assoluto di volume venduto.

Il trend più significativo è rappresentato dalla crescita dell'Italia in volume +171% e in fatturato +203%. Nei volumi l'Italia passa dalla 2° posizione dietro a Spagna e davanti alla Francia nel 2010 alla 1° raddoppiando in volume mentre in seconda posizione si posiziona Spagna e la Francia in 3°.

Nel fatturato l'Italia passa dalla 3° posizione alla 1°, scende la Francia che si posiziona 2° seguita dalla Spagna.

7.2. Vendite di vini spumanti italiani

Il significativo dato di crescita della categoria vino spumante per l'Italia è dato da due principali regioni di produzione; il Veneto e il Piemonte (Tabb. 23 e 24).

Specialmente il dato di crescita in volumi venduti +403% e fatturato generati +437% del Veneto concorrono al buon risultato Italiano nella categoria vini spumanti nel mercato norvegese, da ricercarsi soprattutto con il fenomeno del Prosecco.

Tabella 24. Fatturato (Euro) vino spumante italiano.

REGIONE	Fatturato 2010	Fatturato 2014	Var 2010-14
Veneto	5.993.954	32.199.057	437,19%
Piemonte	5.696.596	5.411.746	-5,00%
Altre regioni	1.523.565	2.446.513	60,58%
Totale	13.214.115	40.057.316	203,14%

8. Conclusioni

Nel quinquennio 2010–2014 l'Italia è il paese che cresce maggiormente nel mercato del vino Norvegese.

L'incremento si registra per tutte le categorie di vino sia in termini di fatturato che di volume, permettendo così all'Italia di posizionarsi tra i principali paesi esportatori in ogni categoria.

Nella categoria vino rosso l'aumento del 23% in volume e del 35% in fatturato evidenzia la capacità dei vini italiani di andare in controtendenza rispetto i principali competitor, grazie anche alle ottime performance del formato bag-in-box.

Anche nella categoria vini bianchi l'Italia incrementa le quote di mercato crescendo in volume del 22% ed in fatturato del 39%.

Il vino italiano rosato inizia a farsi apprezzare e i margini di crescita rimangono incoraggianti verso i naturali competitor di questa categoria in cui comunque cresce del 16,3% in volume e del 4% in fatturato.

Nel vino spumante la crescita è del tutto evidente: volumi e fatturato sono più che raddoppiati, andando così a superare storici competitor come la Francia; soprattutto grazie al caso "Prosecco" che anche nel mercato Norvegese supera denominazioni storiche come "Champagne" e "Cava".

Il mercato Norvegese si conferma quindi molto dinamico e in continua crescita nei consumi e diventerà sempre più strategico per il mercato vinicolo Italiano che dovrà difendere nei prossimi anni le quote di mercato conquistate nell'ultimo quinquennio.

Bibliografia

- [1] M. B. Lai, A. Cavicchi, K. Rickertsen., A. M., Corsi, L. Casini, (2013). Monopoly and wine: the Norwegian case. *British Food Journal*, **115**(2), 314–326
- [2] M. B. Lai, I. Etzo, and C. Massidda. "ANGERS 2011"