



**ΠΡΕΣΒΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ ΣΤΗ ΣΟΥΗΔΙΑ  
ΓΡΑΦΕΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ & ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ  
Kommendorsgatan 16, 114 48 Stockholm,  
E-mail : commerce.stockholm@mfa.gr**

**“ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ, Η ΣΟΥΗΔΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΚΡΑΣΙΟΥ Κ’ ΜΠΙΡΑΣ,  
ΟΙ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ, ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ.”**

**Στοκχόλμη, Ιανουάριος 2018**

**Επιμέλεια - Σύνταξη  
Παντελής Γιαννούλης, Σύμβουλος ΟΕΥ Α΄  
Μαρία Κουμουτσάκου, Γραμματέας ΟΕΥ Α΄**

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

A. Γενικές Πληροφορίες.....	3
B. Εξωτερικό εμπόριο Σουηδίας.....	4
Γ. Αγορά Τροφίμων/Ποτών.....	5
Εισαγωγείς.....	6
Γ.1. Σουηδική Αγορά Κρασιού, Γενικά Στοιχεία.....	7
Γ.1.1. Μονοπωλιακό δίκτυο διανομής/ Systembolaget.....	7
Γ.1.2. Πωλήσεις Systembolaget.....	8
Γ.2. Σήμανση.....	9
Γ.3. Καταναλωτικές συνήθειες, Συσκευασία.....	9
Γ.3.1 Εμφιαλωμένο και συσκευασμένο κρασί.....	9
Γ.3.2. Μπίρα.....	122
Γ.4. Διαδικασία προμήθειας οίνων και λοιπών αλκοολούχων ποτών.....	12
Τιμοληψία.....	13
Γ.5. Εισαγωγές Σουηδίας – Ελληνικές Εξαγωγές.....	13
Γ.5.1. Κρασί.....	13
Γ.5.2. Μπίρα.....	15
Γ.6 Συμπεράσματα-Προτάσεις.....	16

## A. Γενικές Πληροφορίες

Το Βασίλειο της Σουηδίας, με πληθυσμό σχεδόν 10 εκ.κατοίκους, αποτελεί την πολυπληθέστερη από τις σκανδιναβικές χώρες και παράλληλα την τρίτη μεγαλύτερη σε έκταση χώρα της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Στα δυτικά, συνορεύει με την Νορβηγία, στα βορειοανατολικά με τη Φινλανδία και στα νότια συνδέεται με τη Δανία με την οδική και σιδηροδρομική γέφυρα του Όρεσουντ.

Πρωτεύουσα είναι η Στοκχόλμη με περίπου 1,4 εκ.κατοίκους, ενώ πόλεις με πληθυσμό άνω των 100 χιλ. κατοίκων είναι, το Γκέτεμποργκ με περίπου 550 χιλ., το Μάλμε με περίπου 280 χιλ., η Ουψάλα με περίπου 140 χιλ., το Βεστερός με περίπου 110 χιλ., το Έρεμπρο με περίπου 107 χιλ., το Λίνσεπινγκ με περίπου 104 χιλ. και το Χέλσινγκμποργκ με περίπου 100 χιλ..

Η Σουηδία είναι χώρα μέλος της ΕΕ και όχι της ευρωζώνης, νόμισμα της είναι η σουηδική κορόνα (SEK) -1 Ευρώ περίπου 9,5 SEK-, το ΑΕΠ της ανέρχεται σε περίπου 463 δις. EUR, το ΑΕΠ/κεφαλή σε περίπου 51.600 US \$, ενώ σημαντικότεροι τομείς της οικονομίας της είναι η δημόσια διοίκηση, η άμυνα, η εκπαίδευση, η υγεία και η κοινωνική πρόνοια, η βιομηχανία, το χονδρικό/λιανικό εμπόριο, οι μεταφορές και οι υπηρεσίες στέγασης και εστίασης.

Παράλληλα επισημαίνεται ότι, σύμφωνα με την πρόσφατα δημοσιευθείσα ετήσια έρευνα της εταιρείας GfK «Αγοραστική Δύναμη της Ευρώπης 2017», **οι σουηδοί πολίτες βρίσκονται στην 9η θέση** στον πανευρωπαϊκό κατάλογο των 42 χωρών που περιλαμβάνονται στην έρευνα, **με αγοραστική δύναμη στα 21.764 Ευρώ** (Ευρωπαϊκός μ.ο. στα 13.937 Ευρώ), ενώ σύμφωνα με την πρόσφατα (30 Οκτωβρίου τ.έ.) δημοσιευθείσα ετήσια έκθεση της Παγκόσμιας Τράπεζας **“Doing Business 2018- Reforming to Create Jobs”**, στην οποία εξετάζονται 190 οικονομίες παγκόσμια όσον αφορά στο περιβάλλον/“ευκολία” δραστηριοποίησης επιχειρήσεων στο έδαφός τους, **η Σουηδία κατατάσσεται στην 10η θέση.**

Σημειώνεται επίσης ότι στη Σουηδία το **66% του συνόλου της παραγόμενης ενέργειας προέρχεται από ΑΠΕ** (υδροηλεκτρική, γεωθερμική και βιομάζα), η χώρα είναι και παραμένει **πρωτοπόρος στην ανακύκλωση απορριμμάτων**, από την οποία μέσω της καύσης τους θερμαίνονται περίπου 1 εκ.νοικοκυριά, κατά την τελευταία επταετία. Παραμένει επίσης **πρωτοπόρος στον τομέα της καινοτομίας μεταξύ όλων των Κ-Μ της ΕΕ** (Innovation Union Scoreboard 2017) **αλλά και στις ψηφιακές τεχνολογίες** οι οποίες εμφανίζονται με πλείστες όσες εφαρμογές σε κάθε έκφανση της καθημερινότητας (ηλεκτρονική διακυβέρνηση, start ups, δίκτυα κινητής 5G κλπ) ενώ αναφέρονται ως χαρακτηριστικά παραδείγματα, ότι

α) σύμφωνα με πρόσφατα στοιχεία της Eurostat, η Σουηδία βρίσκεται στη δεύτερη θέση μεταξύ των κ-μ της ΕΕ, όσον αφορά στο ποσοστό πωλήσεων B2B και B2C μέσω διαδικτύου, ποσοστό που ανέρχεται στο 25% του συνόλου των πωλήσεων (το αντίστοιχο ποσοστό στην Ελλάδα βρίσκεται στο 12%, ενώ ο ευρωπαϊκός μ.ο. στο 16%), ενώ παράλληλα αναφέρεται ότι η Σουηδία βρίσκεται επίσης στην δεύτερη θέση όσον αφορά στον αριθμό των επιχειρήσεων που διαθέτει ιστοσελίδα (στην έρευνα δεν εξετάζεται πόσο καλά ενημερωμένη είναι) καθώς το ποσοστό τους φθάνει στο 91% (το αντίστοιχο ποσοστό στην Ελλάδα βρίσκεται στο 65%),

β) σε προσπάθεια προώθησης του σ/τουριστικού προϊόντος, το 2012 ο Εθνικός Οργανισμός Τουρισμού, εισήγαγε τον τηλεφωνικό αριθμό +46 771 793 336 - <https://www.theswedishnumber.com/>- στον οποίο μπορούσαν να καλούν πολίτες από οποιαδήποτε χώρα παγκόσμια και να συνομιλούν με ένα (προεγγεγραμμένο στην καμπάνια) τυχαίο σουηδό πολίτη ζητώντας πληροφορίες για την Σουηδία,

- γ) έχει καθιερωθεί η μέσω κινητών τηλεφώνων εφαρμογή, SWISH, η οποία δίνει την δυνατότητα άμεσης μεταφοράς χρημάτων μεταξύ λογαριασμών -υπολογίζεται ότι άνω του 50% του σουηδικού πληθυσμού, χρησιμοποιεί αυτή την στην στιγμή- χωρίς να μπαίνεις σε λογαριασμό τράπεζας ή να χρησιμοποιείς την πιστωτική κάρτα
- δ) στέλνονται ευχαριστήρια μηνύματα SMS στον κάθε δωρητή αίματος, όταν το αίμα του, έχει χρησιμοποιηθεί για να σωθεί μία ζωή.
- ε) πρόθεση της Σ/Κυβέρνησης είναι να εξαλείψει την χρήση μετρητών στην οικονομία, έως το 2030

Σημαντικό ρόλο στη σουηδική οικονομία, διαδραματίζουν :

-**οι σουηδικές πολυεθνικές εταιρείες**, με προεξέχοντα ρόλο στους κλαδικούς τους τομείς παγκόσμια, **πιστοποιώντας την δυναμικότητα και εξωστρέφεια της οικονομίας**, όπως δειγματοληπτικά αναφέρονται, η **Volvo** στα αυτοκίνητα, ο **Όμιλος ABB**, η **AstraZeneca** στο φαρμακευτικό κλάδο, η **IKEA** στα είδη σπιτιού, η **Electrolux** στις ηλεκτρικές συσκευές, η **Nordea Bank** στον τραπεζικό κλάδο, η **Ericsson** στις τηλεπικοινωνίες, η **H&M** στο ρουχισμό, η **Skype** στις τηλεφωνικές κλήσεις μέσω internet, η **Tetrapak** στις συσκευασίες, η **SCA-Svenska Cellulosa** στα οικιακά και είδη υγιεινής, η **Alfa Laval** στα μηχανήματα, η **Solvatten** στα φορητά συστήματα καθαρισμού νερού, η **Skanska** στις κατασκευές, η **Spotify** στη μουσική μέσω internet, η **Peepoople** στα συστήματα υγιεινής, η **Wrapp** στα ηλεκτρονικά δώρα μέσω διαδικτύου.

-και **οι συνεταιριστικές επιχειρήσεις/εταιρείες**, για τις οποίες σημειώνεται ότι οι 100 πρώτες σε μέγεθος, απασχολούν περίπου 100.000 εργαζομένους, ενώ ο ετήσιος τζίρος τους ανέρχεται σε άνω από 400 δις.SEK –περίπου 42 δις.Ευρώ-. Κυριότερες από αυτές αναφέρονται οι : **Federation of Swedish Farmers (LRF)**, **Swedish Cooperative Union (KF**, η οποία αποτελείται από 41 συνεταιρισμούς με συνολικά πάνω από 3 εκ. μέλη), **HSB Cooperative housing association**, **KFO Employers' association**, οι οποίες μάλιστα τον Μάιο του 2017, ξεκίνησαν την λειτουργία ιστοσελίδας πληροφόρησης για γενικότερα θέματα του Σ/Συνεταιριστικού κινήματος, <https://svenskkooperation.se/about-swedish-cooperation/>. Παράλληλα ενδεικτικά αναφέρονται και οι **Fonus** (δραστηριότητα σε κλάδο κηδεϊών), η **Riksbbyggen** (κλάδος κτηματαγοράς), η **Södra** (δασικός συνεταιρισμός), η **Arla** (γαλακτοκομικά), η **Lantmännen** (αγροτικός), η **Folksam** (κλάδος ασφαλειών) και η **OKEF** (κλάδος αυτοκινήτου/σταθμοί βενζίνης-γκαράζ-κέντρα ελαστικών-ενοικιάσεις αυτοκινήτων).

## **B. Εξωτερικό εμπόριο Σουηδίας**

Το 2016, ο συνολικός όγκος εξωτερικού εμπορίου παρουσίασε μικρή αύξηση, με τις εξαγωγές να ανέρχονται σε 1.193,7 δις. SEK (αύξηση κατά 1% σε σχέση με το 2015) και τις εισαγωγές σε 1.205,5 δις. SEK (αύξηση κατά 3,6% σε σχέση με το 2015), ενώ το εμπορικό έλλειμμα έφθασε στα -11,8 εκ. SEK (για πρώτη φορά από το 1982).

**Η βάση του εξωτερικού εμπορίου της Σουηδίας, παραμένει ιστορικά, το εξωτερικό εμπόριο με τις υπόλοιπες σκανδιναβικές χώρες Νορβηγία, Δανία και Φινλανδία** –ενώ παράλληλα σημειώνεται ότι πλιν των εμπορικών σχέσεων, εξαιρετικά ανεπτυγμένες είναι και οι οικονομικές σχέσεις/συνέργειες μεταξύ των σκανδιναβικών/βόρειων (Nordic) χωρών.

Υπόλοιποι σημαντικότεροι εμπορικοί εταίροι –πλιν των τριών προαναφερομένων- είναι η Γερμανία, η Ολλανδία και το Ηνωμένο Βασίλειο.

Ως προς τη γενικότερη γεωγραφική κατανομή, περίπου το 74% των εξαγωγών της Σουηδίας για το 2016 κατευθύνθηκε προς τις χώρες της Ευρώπης, ενώ το 59% προς τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης (EU28). Παράλληλα ποσοστό περίπου 12% των εξαγωγών κατευθύνεται σε χώρες της Ασίας και περίπου 10% σε χώρες της Αμερικής.

<b>ΠΙΝΑΚΑΣ 2: ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΤΗΣ ΣΟΥΗΔΙΑΣ 2014-2016 ΣΕ ΔΙΣ SEK</b> (Ποσά εντός παρένθεσης κατά προσέγγιση σε δισ. ευρώ )				
	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>Μεταβολή % 2015-2016</b>
<b>Όγκος εμπορίου</b>	2.238,9 (246,0)	2.345,0 (250,5)	2.399,2 (253,3)	1,11%
<b>Εξαγωγές</b>	1.125,6 (123,7)	1.181,2 (126,2)	1.193,7 (126,0)	1,06%
<b>Εισαγωγές</b>	1.113,3 (122,3)	1.163,8 (124,3)	1.205,5 (127,3)	3,58%
<b>Εμπορικό ισοζύγιο</b>	<b>12,3</b> (1,4)	<b>17,4</b> (1,9)	<b>-11,8</b> (-1,24)	

Πηγή: Στατιστική Υπηρεσία της Σουηδίας (Statistics Sweden - SCB)

### Γ. Αγορά Τροφίμων/Ποτών

Η σουηδική βιομηχανία τροφίμων/ποτών αποτελεί ιδιαίτερα σημαντικό κλάδο για την σουηδική οικονομία, καθώς σε αυτήν δραστηριοποιούνται περίπου 4.000 εταιρείες και απασχολούνται περίπου 50.000 εργαζόμενοι. Η αξία παραγωγής φθάνει περίπου στις 180 δισ.SEK (περίπου 19 δισ.Ευρώ) ενώ εξαγεται ποσοστό περίπου 45% της παραγωγής.

Παράλληλα η σουηδική αγορά χαρακτηρίζεται ως εξαιρετικά ώριμη και ανταγωνιστική, οι δε καταναλωτές χαρακτηρίζονται από υψηλό εισοδηματικό επίπεδο και επίσης εξαιρετικά υψηλά κριτήρια επιλογής των προϊόντων που αγοράζουν.

Στην αγορά αλκοολούχων ποτών, κυριαρχούν κατ'αρχήν οι σουηδικές/σκανδιναβικές εταιρείες παραγωγής όπως ενδεικτικά αναφέρονται :

- η σουηδικών συμφερόντων **Spendrups Bryggeri AB**, μύρες, χυμοί, νερό και κρασιά
- η γαλλικών συμφερόντων **V&S Group** (Pernod Ricard) παραγωγός της βότκας Absolut και της βότκας Explorer
- η φινλανδικών συμφερόντων **Altia Group** (brands : Blossa, Chill Out, Koskenkorva, Valhalla, O.P. Anderson, Renault, Larsen και Xanté)
- η σουηδικών συμφερόντων **Solera Beverage Group**, <https://www.solera.se/in-english/>, (εταιρείες του Ομίλου PrimeWine Sweden, Mondowine Sweden, Urban Beverages και Multibev)
- η σουηδικών συμφερόντων **Galatea**, <https://www.galatea.se/en/about-us/> (εταιρείες του Ομίλου Three Towns Independent Brewers, Arboga Beer, Hannas Cider, St Eriks Brewery, Sigtuna Brewery, Good ol' Sailor's και Tegner & Son's) και εισαγωγέας μπίρας, cider και αλκοολούχων ποτών.
- ο σκανδιναβικός όμιλος **Arvid Nordquist H&B**, <https://www.arvidnordquist.se/vin-och-ol/>, παραγωγός προϊόντων καφέ και προμηθευτής κρασιού, μπίρας και προϊόντων διατροφής, δραστηριοποιείται μέσω πολλαπλών καναλιών διανομής, συμπεριλαμβανομένων των σούπερ μάρκετ, των μονοπωλίων οινοπνευματωδών ποτών, των αγορών HORECA κ.λ.π.

## Εισαγωγείς

1. Η ελληνικών συμφερόντων **Oenoforos Group**, <http://www.oenoforos.se/Producenter.aspx> , η οποία εισάγει κρασιά από 17 χώρες μεταξύ των οποίων και **τα ελληνικά Μπουτάρη, Domaine Costa Lazaridi, Μοσχάτο Σάμου και το δικό του Private label**, ενώ μέσω της θυγατρικής εταιρείας **Carovin**, <http://www.carovin.se/Producenter.aspx>, **εισάγει τα ελληνικά κρασιά Alpha Estate, Βιβλία Χώρα, Domaine Gerovassiliou, Κυρ-Γιάννη και Τσάνταλη.**
2. Η **Vingruppen**, <http://www.vingruppen.se/Vingruppen/Producenter/>, εισάγει πάνω από 250 μάρκες κρασιών από 18 χώρες, **ενώ από την Ελλάδα εισάγει μόλις δύο κρασιά της εταιρείας Κουρτάκη (ρετσίνα και το Μοσχάτο Σάμου).**
3. Η εταιρεία **OWines**, [http://owines.se/?post\\_type=wine](http://owines.se/?post_type=wine), η οποία **εισάγει κυρίως ελληνικά κρασιά των εταιρειών Μανουσάκης-Λυραράκης, Γκλίναβος και Κεχρής.**
4. Η κυπριακών συμφερόντων **FONTANA** ([www.fontana.se](http://www.fontana.se)), η οποία **εισάγει τα ελληνικά κρασιά Tselepos Nemea Driopi, καθώς και την ρετσίνα Μαλαματίνα και το τσίπουρο YAMAS.**
5. Η **Viva Group**, <https://www.vivagroup.se/sortiment/>, η οποία εισάγει από 11 χώρες και όχι από Ελλάδα.
6. Η **Hermansson & Co AB**, <http://www.hermanssonco.se/producenter> , η οποία δεν εισάγει από Ελλάδα.
7. Η **Enjoy Wine & Spirits AB**, <https://www.wineandfriends.se/> , η οποία δεν εισάγει από Ελλάδα.
8. Η σουηδικών συμφερόντων **The Beverage Group** <http://thebeveragegroup.se/> , (εταιρείες του Ομίλου στη Σουηδία Winepartners AB, Brandpartners AB και Spiritpartners AB)
9. Η σουηδικών συμφερόντων **Concealed Wines**, <https://www.concealedwines.com/> .
10. Η σουηδικών συμφερόντων **FolkFolk**, <https://folkofolk.se/product-search>
11. Η σουηδικών συμφερόντων **Granqvist**, <http://www.granqvistbev.se/sortiment/>
12. Η σουηδικών συμφερόντων **Janake**, <http://www.janake.se/producenter/>
13. Η **StellanKramer**, <https://www.stellankramer.s>, εντάσσεται στους κορυφαίους εισαγωγείς οίνου και οινοπνευματωδών ποτών για τη σουηδική αγορά.
14. Η **Hjo Grosshandel AB**, <http://www.hjogrosshandel.se>, από τους πρώτους εισαγωγείς στη Σουηδία, εισάγει από 12 χώρες σε 5 ηπείρους.
15. Η **Domain Wines**, <http://domainewines.se> επίσης ένας από τους μεγαλύτερους προμηθευτές οίνου στη σουηδική αγορά

Παρατίθενται επίσης κατωτέρω λοιπές μικρότερες σουηδικές εταιρίες εισαγωγής που μεταξύ άλλων εισάγουν και ελληνικά κρασιά:

- MINOAN GOURMET, ([www.minoangourmet.se](http://www.minoangourmet.se)), Melissokipos SA Assyrtiko
- BYBLOS AB, [gvsweden@gmail.com](mailto:gvsweden@gmail.com), Εισαγωγές Κρασιών, Μπίρας και Τροφίμων
- FINE WINES SWEDEN (<http://finewinewsweden.se/>), Domaine Sigalas Assyrtiko
- KIVIKS MUSTERI AB (<https://www.kiviksmusteri.se>), Giannikos winery
- NIGAB (<https://nigab.se>), OUZU 12, METAXA
- AB WICKED WINE SWEDEN (<http://wickedwine.se>), Sokos Malagousia
- QUAFFABLE WINES SWEDEN AB (<http://quaffablewines.se>), Gaia Wines Assyrtiko
- VINHYLLAN, (<http://vinhyllan.se>) , Akratos Retsina

## **Γ.1. Σουηδική Αγορά Κρασιού, Γενικά Στοιχεία**

### **Γ.1.1. Μονοπωλιακό δίκτυο διανομής/ Systembolaget**

**Το δίκτυο διανομής κρασιού στη Σουηδία, ορίζεται ως μονοπωλιακό,** καθώς η μοναδική εταιρεία η οποία και επιτρέπεται να διαθέτει αλκοολούχα ποτά –πλην συγκεκριμένων εξαιρέσεων οι οποίες και αναφέρονται κάτωθι- είναι η κρατική “Systembolaget”, <https://www.systembolaget.se/>.

Η Systembolaget διαθέτει δίκτυο άνω των 430 καταστημάτων σε όλη τη Σουηδία, περισσότερους από 500 αντιπροσώπους σε μικρές κοινότητες και προμηθευτές από όλο τον κόσμο και παράλληλα **διαθέτει το αποκλειστικό δικαίωμα λιανικής πώλησης οίνου, μύρας και λοιπών αλκοολούχων ποτών με περιεκτικότητα οινοπνεύματος μεγαλύτερη από 3,5%.**

Σημειώνεται περαιτέρω, **ότι το μονοπώλιο στη πώληση αλκοολούχων ποτών, δεν εμφανίζεται μόνο στη Σουηδία, αλλά και σε όλες τις υπόλοιπες σκανδιναβικές χώρες πλην Δανίας** όπου το μονοπώλιο υφίσταται μόνο στα Νησιά Φερόε (στη Φινλανδία η κρατική εταιρεία Alko, στην Ισλανδία η Vínbúð, στην Νορβηγία η Vinmonopolet), ενώ **υπογραμμίζεται ότι οι ανωτέρω σκανδιναβικές χώρες, είναι οι μοναδικές στο κόσμο όπου τα αλκοολούχα ποτά πωλούνται μέσω μονοπωλίου,** καθώς αντίστοιχα παραδείγματα μπορεί να βρεθούν μόνο σε κάποιες περιοχές άλλων χωρών όπως π.χ. στο Κεμπέκ του Καναδά, στην Πενσυλβάνια των ΗΠΑ ή στη Κεράλα της Ινδίας.

Παρόλο που η ΕΕ θεωρεί ότι το ανωτέρω μονοπώλιο αντιβαίνει στην αρχή του ελεύθερου ανταγωνισμού, η Σουηδία επικαλείται λόγους δημόσιας υγείας για να εξηγήσει τη διατήρηση του κρατικού μονοπωλίου διανομής οινοπνευματωδών. Το μονοπώλιο Systembolaget, ως αγοραστής, **οφείλει να ενεργεί, χωρίς να κάνει καμία διάκριση για τον οποιοδήποτε προμηθευτή.** Σύμφωνα με τους ιθύνοντες του εν λόγω μονοπωλίου, καθοριστικός παράγοντας για την αγορά οινοπνευματωδών είναι η ποιότητα του συγκεκριμένου προϊόντος, ενώ υποστηρίζουν ότι ακόμα και πολύ μικρές εταιρείες δύνανται να έχουν πρόσβαση στο μονοπώλιο ως προμηθευτές οίνων και λοιπών αλκοολούχων ποτών.

Για να προμηθευτεί οποιοσδήποτε καταναλωτής, οινοπνευματώδη ποτά από τα καταστήματα του “Systembolaget”, κατ’αρχήν πρέπει να είναι άνω των 20 ετών, ενώ παράλληλα στα καταστήματα τα αλκοολούχα ποτά :

α) Πωλούνται με την επίδειξη της ταυτότητας

β) Πωλούνται σε ατομικές συσκευασίες και όχι σε κιβώτια

γ) Απαγορεύονται, οι εκπτώσεις και οι προσφορές στα προϊόντα π.χ. "Αγοράστε 1, λάβετε 1 δωρεάν" ή "Μια συσκευασία 1.50, οι δύο συσκευασίες 2.50"κ.λ.π.

δ) δεν επιτρέπεται η πώληση προϊόντων σε μεθυσμένους ανθρώπους ή σε άτομα που θεωρείται ότι αγοράζουν για κάποιον που δεν έχει την νόμιμη ηλικία.

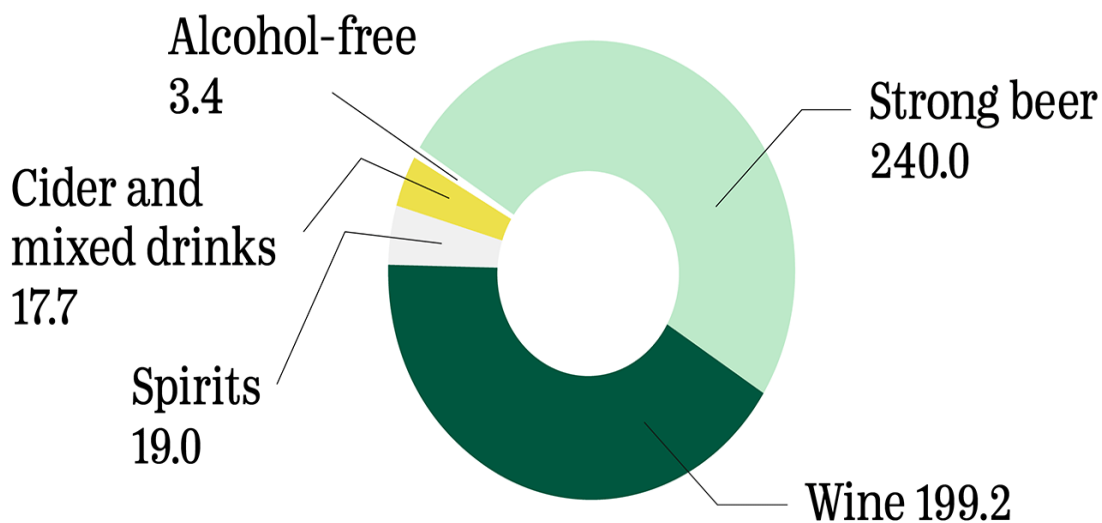
#### **Εξαιρέσεις**

- 1) Τα εστιατόρια και τα μπαρ, μπορούν να αγοράζουν ποτά εκτός “Systembolaget”, αλλά το ποτό μπορεί να πωληθεί μόνο για άμεση κατανάλωση (οι φιάλες πρέπει να ανοίγονται επί τόπου και να μην μπορούν να μεταφερθούν στο σπίτι).
- 2) Η εισαγωγή για ιδιωτική κατανάλωση επιτρέπεται, βάσει κανονισμών της ΕΕ, τόσο σε ιδιωτικά ταξίδια όσο και μέσω ταχυδρομικών υπηρεσιών. Ωστόσο, η Σουηδία είναι σε θέση να επιβάλλει φόρους στον παραλήπτη αλκοόλ που αποστέλλεται σε ταχυδρομικά πακέτα.

- 3) Άλλες εταιρείες εκτός του “Systembolaget” (π.χ. παραγωγοί και εισαγωγείς) μπορούν να πουλήσουν απευθείας σε εστιατόρια και μπαρ, αλλά όχι στον τελικό καταναλωτή.
- 4) Οι παραγωγοί αλκοόλ, δεν επιτρέπεται να πωλούν φιάλες προϊόντων τους, στους καταναλωτές.
- 5) Οι μοναδικές εξαιρέσεις από το μονοπώλιο για τους καταναλωτές είναι τα καταστήματα Duty Free στα αεροδρόμια, τα οποία μπορούν να πουλούν οινόπνευμα σε άτομα που πραγματοποιούν πτήσεις εκτός ΕΕ. Επίσης το αλκοόλ δεν μπορεί να πωληθεί σε πλοία στα σουηδικά ύδατα, παρά μόνον όταν το πλοίο βρεθεί σε διεθνή ή ξένα ύδατα.
- 6) Η μπίρα με περιεκτικότητα αλκοόλ κάτω του 3,5% δεν υπόκειται στο ανωτέρω καθεστώς, καθώς πωλείται ελεύθερα.

### Γ.1.2. Πωλήσεις Systembolaget

Σύμφωνα με τα στοιχεία του Systembolaget, οι συνολικές πωλήσεις οινοπνευματωδών ποτών ανήλθαν κατά το 2016 στα περίπου 479 εκλίτρα, εκ των οποίων τα 240 εκλίτρα αφορούσαν πωλήσεις μπίρας, τα 199 εκλίτρα πωλήσεις κρασιού, τα 19 εκλίτρα πωλήσεις οινοπνευματωδών, τα 17.7 εκλίτρα πωλήσεις οινοπνευματωδών με διάφορες γεύσεις και τέλος τα 3,4 εκλίτρα αφορούσαν πωλήσεις οινοπνευματωδών χωρίς αλκοόλ. **Όσον αφορά ειδικότερα στο κρασί, οι μεγαλύτερες πωλήσεις καταγράφονται στο κόκκινο κρασί, με μερίδιο αγοράς στο περίπου 52% και ακολουθεί το λευκό με περίπου 32%.**



Όσον αφορά στην αξία των πωλήσεων του Systembolaget το 2016, αυτές ανήλθαν σε 28.469 εκατ. SEK (περίπου 3 δισ. Ευρώ) με ετήσια αύξηση στο 3%. Οι πωλήσεις οίνου ανήλθαν σε 14.873 εκατ. SEK, αντιστοιχώντας σε αύξηση 2,7%, ενώ οι πωλήσεις μπίρας περιεκτικότητας αλκοόλ άνω του 3,5% αυξήθηκαν κατά 4,0% σε 6.874 εκατ. SEK. Οι πωλήσεις οινοπνευματωδών ποτών αυξήθηκαν κατά 1,9% και ανήλθαν σε 5.651 εκατ. SEK, ενώ οι πωλήσεις μηλίτη και μικτών ποτών αυξήθηκαν κατά 5,0% σε 737 εκατ. SEK. Τα κρασιά σημείωσαν το μεγαλύτερο ποσοστό πωλήσεων σε αξία ήτοι 50% των συνολικών πωλήσεων, ακολουθούν οι μπίρες με 24% και έπονται τα υπόλοιπα αλκοολούχα ποτά. **Η αύξηση των εσόδων υπερέβη την αύξηση των πωλήσεων κατ'όγκο, λόγω της συνεχιζόμενης μεταβολής των αγοραστικών προτύπων προς τα ακριβότερα προϊόντα.**



Οι πωλήσεις βιολογικών/οργανικών ποτών αυξήθηκαν κατά 26,8% στα 3.636 εκατ. Σουηδικές κορόνες και αποτέλεσαν το 12,8% της αξίας (σε εκατ. SEK) των συνολικών πωλήσεων.

Το ενδιαφέρον για τα ποτά χωρίς αλκοόλ συνεχίζει να αυξάνεται, με τις πωλήσεις να σημειώνουν αύξηση κατά 16,2% και να ανέρχονται σε 148 εκατ. SEK.

## Γ.2. Σήμανση

Οι υποχρεωτικές ενδείξεις σύμφωνα με τις ευρωπαϊκές οδηγίες, για το κρασί είναι οι ακόλουθες:

- Το όνομα της προστατευόμενης ονομασίας προέλευσης (ΠΟΠ) / προστατευόμενης γεωγραφικής ένδειξης (ΠΓΕ) ή οίνος της «χώρας παραγωγής» / που παράγεται σε «χώρα παραγωγής» / προϊόν «χώρας παραγωγής»
- Πραγματική αλκοολική ισχύς (AAS)
- Ονομαστική ένταση
- Στοιχεία του εισαγωγέα
- Αλλεργιογόνα συστατικά

## Γ.3. Καταναλωτικές συνήθειες, Συσκευασία

### Γ.3.1 Εμφιαλωμένο και συσκευασμένο κρασί

- Το "Systembolaget" -όπως και τα υπόλοιπα σκανδιναβικά μονοπώλια- διενεργεί διαγωνισμούς για την αγορά κρασιού στα καταστήματά τους. Οι εισαγωγείς ενημερώνονται αρκετές φορές το χρόνο σχετικά με τις λεπτομερείς αιτήσεις υποβολής προσφορών, ενώ παράλληλα διενεργεί τακτικά διαγωνισμούς για μικρούς όγκους, οι οποίοι είναι ενδιαφέροντες για νέους προμηθευτές στις αναπτυσσόμενες χώρες.
- Όσον αφορά στα κρασιά από την Ελλάδα, προβλέπεται για το 2018, η διενέργεια διαγωνισμού για την προμήθεια λευκού κρασιού ποικιλίας "ασύρτικο", με προβλεπόμενο όγκο παροχής τα 30.000 λίτρα (οι διαδικασίες υποβολής προσφοράς περιγράφονται κάτωθι στο Κεφάλαιο Γ.4.).
- Εισαγωγή τέλους συσκευασίας: Το "Systembolaget" εισάγει, από 1/1/2017 ένα νέο κανονισμό όσον αφορά στο βάρος της φιάλης για μπουκάλια κρασιού (75cl). Όλες οι γυάλινες φιάλες των 75 cl πρέπει να μην ζυγίζουν περισσότερο από 420 γραμμάρια, καθώς είναι σαφές ότι τα βαριά γυάλινα μπουκάλια έχουν σημαντικό αντίκτυπο στο περιβάλλον τόσο κατά τη συσκευασία όσο και κατά τη μεταφορά. Οι παραγωγοί που προμηθεύουν φιάλες από γυάλινο κρασί που δεν συμμορφώνονται με τη νέα ρύθμιση θα φορολογούνται βάσει του βάρους των φιαλών τους.
- Λόγω ανησυχιών για τις επιπτώσεις στην υγεία, λόγω της κατανάλωσης αλκοόλ, το Systembolaget, αναζητά κρασί με χαμηλή περιεκτικότητα σε αλκοόλ π.χ. λευκούς, κόκκινους και ροζέ οίνους με περιεκτικότητα σε αλκοόλ κάτω του 10% (περίπου 7%).
- Λόγω της υψηλής περιβαλλοντικής συνείδησης των σουηδών καταναλωτών, οι κυρίαρχες συσκευασίες στη Σουηδία είναι οι συσκευασίες κρασιού σε Bag-in-Box (BiB). Για το 2016 ο οίνος σε συσκευασία Bag-in-Box εξακολουθεί να κυριαρχεί στις πωλήσεις με 52% μερίδιο αγοράς και οι όγκοι παραμένουν ουσιαστικά αμετάβλητοι από το 2015. Οι πωλήσεις γυάλινων φιαλών αυξήθηκαν ελαφρά και αντιπροσωπεύουν το 41% των πωλήσεων κατ'όγκο. Πωλήσεις οίνου σε άλλες μορφές συσκευασίας από χαρτόνι μειώθηκαν, ενώ οι πωλήσεις φιαλών PET

αντιπροσωπεύουν το 1,6% των πωλήσεων. Η αύξηση του μεριδίου των πωλήσεων γυάλινων μπουκαλιών οφείλεται κυρίως στην αύξηση των πωλήσεων αφρώδους οίνου - μια κατηγορία που πωλείται αποκλειστικά σε γυάλινες φιάλες.

- Επιπλέον, η αγορά ζητά, περισσότερες **συσκευασίες μιας χρήσης/ single-serve**. Το κίνητρο για την παροχή single-serve συσκευασίας, βασίζεται κυρίως σε ανησυχίες για τις επιπτώσεις της ποσότητας κατανάλωσης στην υγεία του καταναλωτή, καθώς ένα μικρότερο δοχείο έχει ως αποτέλεσμα την χαμηλότερη πρόσληψη αλκοόλ, ενώ παράλληλα οι καταναλωτές το προτιμούν κατά τη διάρκεια των φεστιβάλ και των πικ-νικ.
- **Πιστοποίηση ασφάλειας τροφίμων:** πολλοί εισαγωγείς οίνου απαιτούν τουλάχιστον την εφαρμογή ενός βασικού συστήματος διαχείρισης της ασφάλειας των τροφίμων, όπως το HACCP, αλλά και για υψηλότερη όπως π.χ. BRC, IFS, FSSC 22000 και SQF.
- **Πιστοποίηση δίκαιου εμπορίου(Fair-Trade):** Μια εξειδικευμένη και αυξανόμενη μερίδα αγοράς, είναι η αγορά του οίνου που παράγεται με ιδιαίτερη έμφαση στις κοινωνικές συνθήκες στις περιοχές παραγωγής.
- **Φόρος Κατανάλωσης:** η Σουηδία –αλλά και γενικότερα οι σκανδιναβικές χώρες- χαρακτηρίζεται από τους υψηλούς ειδικούς φόρους κατανάλωσης για το κρασί, ο οποίος ανάλογα με την περιεκτικότητα σε αλκοόλ κυμαίνεται από περίπου 90 έως περίπου 270 € ανά εκατόλιτρο, ενώ παράλληλα για τη μύρα (με πραγματική περιεκτικότητα αλκοόλ > 2,8%) ανέρχεται στα περίπου 20,69 ευρώ ανά cl.
- **Το On-Trade εμπόριο** είναι πολύ ανταγωνιστικό, καθώς **οι εισαγωγείς που πωλούν απευθείας στα εστιατόρια** μπορούν να παρακάμψουν τις αυστηρές διαδικασίες υποβολής προσφορών του **Systembolaget**. Αυτό μπορεί να είναι ένα ενδιαφέρον κανάλι αγοράς για τους παραγωγούς οίνου μικρών όγκων. **Δεν είναι ασυνήθιστο επίσης για ορισμένα εστιατόρια να προσπαθούν να ξεχωρίσουν με μια επιλογή κρασιού που δεν είναι διαθέσιμη στα καταστήματα μονοπωλίου. Ωστόσο, αυτό απαιτεί μεγάλη υποστήριξη από τους εισαγωγείς, οι οποίοι συχνά πρέπει να προσφέρουν εκπτώσεις για να κερδίσουν ή να διατηρήσουν το ενδιαφέρον από τους πελάτες τους.**
- **Οι πωλήσεις μέσω διαδικτύου αναμένεται να αυξηθούν (στην παρούσα φάση υπολογίζονται στο περίπου 1,5% της αγοράς).** Παρόλο που το μονοπώλιο κρασιού κυριαρχεί στη σουηδική αγορά, υπάρχουν ανεξάρτητοι έμποροι οι οποίοι έχουν λάβει την άδεια από το Systembolaget να πωλούν μέσω διαδικτύου, απευθείας στους σουηδούς καταναλωτές (αναφέρονται δειγματοληπτικά οι εταιρείες XWine, Winefinder και Vineo). Σημειώνεται ότι οι εταιρείες που δραστηριοποιούνται στο διαδικτυακό εμπόριο οίνου υπολογίζονται σε άνω των 90, ενώ παράλληλα και όσον αφορά στις τάσεις της αγοράς υπάρχουν σημαντικές προσδοκίες ότι το διαδικτυακό εμπόριο θα λάβει πολύ μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς στο εγγύς μέλλον.
- **Αύξηση ζήτησης για βιολογικά/οργανικά/Βιοδυναμικά/Φυσικά Κρασιά.** Κατά το 2016 ο όγκος των πωλήσεων βιολογικών οίνων, μέσω του Systembolaget αυξήθηκε κατά 21% ενώ το μερίδιο της αξίας στις συνολικές πωλήσεις ανήλθε στο 19,8%. Συνολικά 40 εκατομμύρια λίτρα βιολογικού οίνου πωλήθηκαν σε λιανική αξία ύψους 3,7 δισεκατ. SEK. Το Systembolaget εκφράζει την πεποίθηση ότι αυτή η ανάπτυξη θα συνεχισθεί στο άμεσο μέλλον, καθώς υπάρχουν ακόμη χώρες που θα μπορούσαν να αυξήσουν δραματικά το μερίδιό τους στην αγορά βιολογικών οίνων.
- **Κρασιά υψηλής Ποιότητας.** Στην αγορά των οίνων υψηλής ποιότητας, οι καταναλωτές εκτιμούν τα προϊόντα που προσφέρουν μια συγκεκριμένη εμπειρία ή ιστορία. Αυτή η ιστορία μπορεί να σχετίζεται με τις διαδικασίες/συνθήκες παραγωγής ή την ιστορική κληρονομιά.

### Κόκκινο κρασί

- Οι πωλήσεις ερυθρού οίνου μειώθηκαν κατά 1,3% σε όγκο σε 101,7 εκατ. λίτρα, αλλά αυξήθηκαν κατά 0,5% σε αξία στα 9,38 δισεκατομμύρια SEK.
- Οι φιάλες της σειράς με τιμή άνω των 80 SEK (περίπου 8,5 Ευρώ) παρουσίασαν αυξητικές τάσεις πωλήσεων, κάτι που αντανακλά την ζήτηση των καταναλωτών για υψηλότερης ποιότητας κρασί, όπως επίσης και η **αύξηση της ζήτησης exclusive οίνων (διπλασιάστηκε σε όγκο από το 2011).**
- **Η Ιταλία εξακολουθεί να είναι η κυρίαρχη χώρα για την οποία προέρχεται κόκκινο κρασί, με μερίδιο αγοράς 39,4%.** Ωστόσο, υπάρχει μια μείωση του μεριδίου της Ιταλίας στις πωλήσεις το 2016 για πρώτη φορά σε πολλά χρόνια, κυρίως λόγω της πτώσης που σημειώνεται για αρκετούς οίνους που παρασκευάζονται με σταφίδα.
- Υπάρχει μικρή διαφορά στον όγκο των πωλήσεων από τις χώρες προέλευσης που κατατάσσονται μετά την Ιταλία, **με την Ισπανία, τη Νότια Αφρική, την Αυστραλία, τη Γαλλία, τη Χιλή και τις ΗΠΑ να σχηματίζουν μια συμπαγή ομάδα, με μερίδια αγοράς που κυμαίνονται από 10,6% έως 7,1%.** Στο πλαίσιο αυτής της ομάδας, η Γαλλία και η οι ΗΠΑ είχαν τα μεγαλύτερα μερίδια κατά τη διάρκεια του 2016. Η μεγαλύτερη αύξηση στα γαλλικά κρασιά σημειώθηκε στο εμφιαλωμένο ενώ οι πωλήσεις των αμερικανικών κρασιών αυξήθηκαν το ίδιο σε συσκευασμένους και εμφιαλωμένους οίνους, με το **Zinfandel να προσελκύει το μεγαλύτερο ενδιαφέρον από τους πελάτες από κάθε άλλο αμερικανικό κρασί.**
- Η περιεκτικότητα σε ζάχαρη του κόκκινου κρασιού είναι ένα θέμα που θέτει το Systembolaget το οποίο διαπίστωσε αύξηση του μεριδίου αγοράς από πολύ ξηρά ερυθρά κρασιά κατά τη διάρκεια του 2016. Οι **πωλήσεις των πολύ ξηρών τύπου ερυθρού οίνου** αυξήθηκαν κατά 7% κατ'όγκον σε 35 εκατομμύρια λίτρα και συνεπώς **αντιπροσώπευαν περίπου 35 % των πωλήσεων ερυθρού οίνου.** Πωλήσεις κρασιού με λιγότερα από 10 γραμμάρια ζάχαρης ανά λίτρο αυξήθηκαν, ωστόσο, κατά 2% σε 19 εκατομμύρια λίτρα.

### Λευκό κρασί

- Οι πωλήσεις λευκού κρασιού αυξήθηκαν κατά 1,4% κατά τη διάρκεια του 2016 σε 62,4 εκατομμύρια λίτρα, που αντιστοιχεί σε τιμή λιανικής αξίας των 5,1 δισεκατ. SEK. Η αύξηση της αξίας ήταν 2,7% ελαφρά μεγαλύτερη από την αύξηση του όγκου. **Ο λευκός οίνος αντιπροσωπεύει περίπου 32 % των συνολικών πωλήσεων κρασιού και περίπου το 13% του συνολικού όγκου των πωλήσεων του Systembolaget.**
- Η μέση τιμή ανά λίτρο λευκού οίνου είναι 81,40 SEK έναντι 92,33 SEK για το κόκκινο κρασί, και σε κάποιο βαθμό αυτό αντικατοπτρίζει τα διαφορετικά ενδιαφέροντα των πελατών στις διάφορες κατηγορίες.
- Η ανάπτυξη της κατηγορίας είναι θετική σε όλες τις συσκευασίες που κοστίζουν πάνω από 100 SEK, οπότε υπάρχει μια σαφής αύξηση του ενδιαφέροντος των πελατών για κρασιά καλύτερης ποιότητας.
- **Κρασιά φτιαγμένα από αρωματικά είδη σταφυλιών κερδίζουν μερίδια αγοράς. Η Νότιος Αφρική εξακολουθεί να είναι η μεγαλύτερη χώρα προέλευσης, με μερίδιο αγοράς 19,4%,** αλλά ο όγκος των πωλήσεων σε αυτόν τον τομέα, ωστόσο, μειώθηκε ελαφρά κατά τη διάρκεια του 2016.

### Γ.3.2. Μπίρα

- **Η μπίρα με ποσοστό αλκοόλ πάνω από 3,5% μπορεί να πωληθεί μόνο μέσω του μονοπωλίου, ενώ η μπίρα με χαμηλότερο ποσοστό αλκοόλης μπορεί επίσης να πωληθεί και μέσω σουηδικών καταστημάτων λιανικής πώλησης τροφίμων.**
- Οι συνολικές πωλήσεις του Systembolaget ήταν σταθερές τα τελευταία πέντε χρόνια όσον αφορά τον όγκο πωλήσεων. Στην αξία όμως, οι ετήσιες πωλήσεις μπίρας περιεκτικότητας αλκοόλ άνω του 3% αυξήθηκαν κατά 4% και προσέγγισαν τα 6,8 δις. SEK, γεγονός που αποδίδεται στη μεταβαλλόμενη ζήτηση των καταναλωτών από τη μπίρα lager σε πιο ακριβά είδη καθώς και σε βιολογική μπίρα.
- **Σύμφωνα με το Systembolaget παρατηρείται αύξηση του ενδιαφέροντος των καταναλωτών για την αγορά πιο ακριβών προϊόντων μπίρας.** Ο αριθμός των μικρής κλίμακας παραγωγών, συχνά μπίρας craft μικροζυθοποιίας, αυξάνεται σταθερά από την ενημέρωση και το ενδιαφέρον που δείχνει το σουηδικό κοινό. Για να ενισχύσει το εύρος των προϊόντων μπίρας το Systembolaget εισήγαγε πρόσφατα 60 διαφορετικά στυλ μπίρας.
- **Αυξάνεται το ενδιαφέρον για μπίρα χωρίς γλουτένη, καθώς και μπίρα με χαμηλότερη περιεκτικότητα σε αλκοόλ (4,5%).** Το μέσο ποσοστό αλκοόλ της μπίρας που πωλείται μέσω του μονοπωλίου είναι 5,3%, ενώ η βιολογική πιστοποιημένη μπίρα είναι το ταχύτερα αναπτυσσόμενο τμήμα. Το Systembolaget επεκτείνει το βιολογικό φάσμα σε διαφορετικά στυλ μπίρας, όπως μπίρα wheat, εποχιακή μπίρα, porter και stouts, λόγω της συνεχιζόμενης ζήτησης των καταναλωτών για βιολογική μπίρα διαφορετικών γεύσεων.
- Οι πωλήσεις craft μπίρας συνεχίζουν να αυξάνονται, αλλά όχι πλέον με διπλά ψηφία. Το 2015, οι συνολικές πωλήσεις μπίρας craft αυξήθηκαν κατά σχεδόν 10%, προσεγγίζοντας τα 121 εκατομμύρια δολάρια και αντιπροσωπεύοντας το 13% της αγοράς. Η μέση τιμή ανά λίτρο για τη craft μπίρα ήταν \$ 6,80, διπλάσια από την τιμή της regular lager μπίρας. Η μπίρα Ale, όπως και τα γνωστά IPAs, εξακολουθούν να αποτελούν μακράν το μεγαλύτερο τμήμα της κατηγορίας craft μπίρας, αν και οι πωλήσεις IPA με υψηλή περιεκτικότητα σε αλκοόλ δεν αυξάνονται πλέον. Οι καταναλωτές φαίνεται επίσης να έχουν περισσότερη εκτίμηση για τη μπίρα craft με ποικιλίες φρούτων. Το αυξανόμενο ενδιαφέρον για συνδυασμό μπίρας και φαγητού θα οδηγήσει πιθανότατα σε περαιτέρω ανάπτυξη της κατανάλωσης μπίρας στο μέλλον. **Η μπίρα ανταγωνίζεται όλο και περισσότερο το κρασί ως ποτό συνοδευτικό για ποιοτικό φαγητό.** Οι καταναλωτές ζητούν όλο και περισσότερες προτάσεις για μενού που συνοδεύονται αποκλειστικά από μπίρα.

### Γ.4. Διαδικασία προμήθειας οίνων και λοιπών αλκοολούχων ποτών

Η σταθερή γκάμα οίνων του Systembolaget απευθύνεται στην πλειοψηφία των καταναλωτών, ανανεώνεται δύο φορές το χρόνο και τα νέα είδη θα παραμείνουν δοκιμαστικά στα ράφια των καταστημάτων του μέχρι 8 μήνες. Η μεταβαλλόμενη γκάμα οίνων αποτελείται από εποχιακές παραγγελίες ή προσωρινές παραγγελίες δυσέυρετων τύπων σε μικρές ποσότητες. Η πρόθεση επιλογής νέων οίνων γνωστοποιείται από το Systembolaget σε όλους τους εισαγωγείς τον Ιούνιο και τον Δεκέμβριο κάθε έτους για το επόμενο διάστημα. Οι εισαγωγείς αποστέλλουν τις προσφορές τους και ειδοποιούνται εν συνεχεία για την αποστολή δειγμάτων μέρους της προσφοράς τους. Εν συνεχεία οι υπεύθυνοι παραγγελιών του Systembolaget, σε συνεργασία με το προσωπικό του τμήματος δοκιμασιών, διενεργούν τυχαία και τυφλή δοκιμασία, βαθμολογούν τους οίνους και

αποφασίζουν να παραγγείλουν τους οίνους που συγκέντρωσαν την υψηλότερη μέση βαθμολογία.

Συγκεκριμένα η διαδικασία προμήθειας οίνων και λοιπών αλκοολούχων ποτών είναι η εξής:

- Όλοι οι εγγεγραμμένοι προμηθευτές καλούνται να υποβάλλουν προσφορές. **Επισημαίνεται ότι, για να έχει μια επιχείρηση το δικαίωμα να καταχωρηθεί στο μητρώο προμηθευτών του Systembolaget, θα πρέπει να προηγηθεί απαραίτητως η εγγραφή της στο Μητρώο Καταχώρισης Εταιρειών (Bolagsverket) καθώς και στην αρμόδια Φορολογική Υπηρεσία της Σουηδίας (Skatterverket).**
- Πραγματοποιείται γευσιγνωσία από αρμόδια κριτική επιτροπή και εν συνεχεία αξιολόγηση των δειγμάτων των προϊόντων. Επισημαίνεται ότι, πραγματοποιείται πάντοτε τυφλή γευσιγνωσία, καθώς τα κρασιά δοκιμάζονται υπό καθεστώς ανωνυμίας.
- Τα κρασιά που θα αγοραστούν μετά τη γευσιγνωσία, θα πρέπει να αποσταλούν στο εργαστήριο του Systembolaget, πριν τοποθετηθούν στα ράφια των καταστημάτων.
- Πριν την πώληση των οίνων στα καταστήματα, το Systembolaget προσκαλεί γνωστούς Σουηδούς δημοσιογράφους οίνου προκειμένου να δοκιμάσουν τα νέα κρασιά.
- Εν συνεχεία, όταν τα κρασιά έχουν τοποθετηθεί στα ράφια, πραγματοποιείται εκ νέου γευσιγνωσία των εν λόγω οίνων από τους ιθύνοντες του Systembolaget, ούτως ώστε διαπιστωθεί ότι τα κρασιά στα ράφια είναι ακριβώς τα ίδια με εκείνα που είχαν δημοπρατηθεί προγενέστερα.
- **Η γκάμα καθώς και οι πωλήσεις των προϊόντων ελέγχονται μία φορά το χρόνο**, ενώ το εργαστήριο του Systembolaget αξιολογεί επίσης καταγγελίες και παράπονα σχετικά με τα διάφορα κρασιά που πωλούνται στα καταστήματα.

### Τιμοληψία

Λόγω των χιλιάδων κωδικών, αναφέρεται ότι οι τιμές λιανικής πώλησης μπορούν να αναζητηθούν είτε στις ιστοσελίδες των ανωτέρω αναγραφόμενων εισαγωγέων καθώς και στην ιστοσελίδα του Systembolaget <https://www.systembolaget.se/>, ενώ παράλληλα σημειώνεται ότι μη ισοτιμία Ευρώ-Σουηδικής Κορώνας κυμαίνεται στη παρούσα φάση στο 1 Ευρώ = 9,60 SEK

## **Γ.5. Εισαγωγές Σουηδίας – Ελληνικές Εξαγωγές**

### **Γ.5.1. Κρασί**

Όπως προκύπτει από την επεξεργασία στοιχείων της Σ/Στατιστικής Υπηρεσίας, στη Σουηδία εξάγουν κρασιά 23 χώρες, ενώ οι 12 χώρες κυριότεροι προμηθευτές τόσο σε ποσότητα όσο και σε αξία, καλύπτουν ποσοστό στο σύνολο των εισαγωγών 89% σε ποσότητα και 93% σε αξία αντίστοιχα. Περαιτέρω παρατηρούνται τα εξής :

1. **Κατά την εξεταζόμενη τριετία, εμφανίζεται σχεδόν σταθερός αριθμός εισαγωγών σε ποσότητα και παράλληλα σημαντική αύξηση εισαγωγών σε αξία.**
2. **Πρώτη χώρα σε εισαγωγές ανά ποσότητα είναι η Ν.Αφρική (ποσοστό 18,5%) και τρίτη η Χιλή (ποσοστό 10,3%), ενώ παράλληλα όσον αφορά στην αξία, οι εισαγωγές από Ν.Αφρική βρίσκονται στην τέταρτη θέση (ποσοστό 6%), και οι εισαγωγές από Χιλή στην έβδομη θέση (ποσοστό 4,5%), γεγονός που σημαίνει ότι οι δύο ανωτέρω χώρες στηρίζουν τις εξαγωγές τους στη Σουηδία σε χαμηλής τιμής κρασιά.**

3. Αντίστροφη πορεία από τις ανωτέρω χώρες, παρουσιάζουν οι **Γαλλία** (4<sup>η</sup> θέση σε ποσότητα και 1<sup>η</sup> θέση σε αξία) και η **Ισπανία** (6<sup>η</sup> θέση σε ποσότητα και 3<sup>η</sup> θέση σε αξία) γεγονός που σημαίνει **ότι οι δύο ανωτέρω χώρες στηρίζουν τις εξαγωγές τους στη Σουηδία σε υψηλής τιμής κρασιά.**
4. **Αλματώδη άνοδο παρουσιάζουν οι εισαγωγές πορτογαλικών κρασιών**, οι οποίες από τους 593 τόνους το 2014 εκτινάχθηκαν στους 2.224 τόνους το 2016.
5. Σταθερή άνοδο παρουσιάζουν οι εισαγωγές κρασιών από τη Ν.Ζηλανδία που από τους 1.805 τόνους του 2014 έφθασαν στους 2.045 τόνους το 2016.
6. **Οι εισαγωγές από την Ελλάδα, σε όλη την διάρκεια της τριετίας, εμφανίζουν μηδενικά ποσοστά εισαγωγών, τόσο σε ποσότητα όσο και σε αξία (0,02% και 0,05% αντίστοιχα). Το Systembolaget διαθέτει μόλις 145 προϊόντα ελληνικής προέλευσης, εκ των οποίων τα 28 είναι στη σταθερή γκάμα και δύνανται να βρεθούν στα ράφια των καταστημάτων του, ενώ τα υπόλοιπα είναι διαθέσιμα μόνο κατόπιν παραγγελίας, που συνήθως εκτελείται εντός 5 εργάσιμων ημερών.**

Αναλυτικότερα :

<b>Εισαγωγές Σουηδίας –Κρασιά από νωπά σταφύλια (SITC-1121)</b>						
<b>Χώρες</b>	<b>Ποσότητα (σε τόνους)</b>			<b>Μερίδια</b>		
	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
<b>Ν. Αφρική</b>	26.832	24.736	23.529	21,13%	20,07%	18,50%
<b>Ιταλία</b>	15.423	15.162	16.897	12,14%	12,30%	13,28%
<b>Χιλή</b>	13.701	14.517	13.118	10,79%	11,78%	10,31%
<b>Γαλλία</b>	12.207	11.389	11.570	9,61%	9,24%	9,10%
<b>Γερμανία</b>	11.548	9.130	10.910	9,09%	7,41%	8,58%
<b>Ισπανία</b>	7.021	7.246	8.769	5,53%	5,88%	6,89%
<b>Η.Π.Α</b>	7.107	7.669	8.203	5,60%	6,22%	6,45%
<b>Αργεντινή</b>	7.179	6.907	7.188	5,65%	5,60%	5,65%
<b>Αυστραλία</b>	6.611	5.725	6.583	5,21%	4,64%	5,18%
<b>Πορτογαλία</b>	593	1.284	2.224	0,47%	1,04%	1,75%
<b>Ν.Ζηλανδία</b>	1.805	1.994	2.115	1,42%	1,62%	1,67%
<b>Ην. Βασίλειο</b>	1.713	2.446	2.045	1,35%	1,98%	1,61%
.....	.....	.....	.....	.....	.....	.....
<b>Ελλάδα (N.21)</b>	<b>23</b>	<b>43</b>	<b>30</b>	<b>0,02%</b>	<b>0,03%</b>	<b>0,02%</b>
<b>Σύνολο</b>	126.995	123.277	127.199	100%	100%	100%

<b>Εισαγωγές Σουηδίας –Κρασιά από νωπά σταφύλια (SITC-1121)</b>						
<b>Χώρες</b>	<b>Αξία (σε χιλ. κορώνες)</b>			<b>Μερίδια</b>		
	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
<b>Γαλλία</b>	1.306.668	1.432.228	1.565.494	23,37%	24,24%	25,43%
<b>Ιταλία</b>	1.357.331	1.423.194	1.490.454	24,27%	24,09%	24,21%
<b>Ισπανία</b>	489.796	498.696	557.288	8,76%	8,44%	9,05%
<b>Ν. Αφρική</b>	434.177	409.415	369.859	7,76%	6,93%	6,01%
<b>Γερμανία</b>	294.689	275.569	336.389	5,27%	4,66%	5,46%



Η.Π.Α	239.105	295.958	333.689	4,28%	5,01%	5,42%
Χιλή	283.055	307.765	277.080	5,06%	5,21%	4,50%
Ην. Βασίλειο	219.911	278.301	220.345	3,93%	4,71%	3,58%
Αυστραλία	153.456	140.549	162.718	2,74%	2,38%	2,64%
Αργεντινή	164.666	164.560	159.294	2,94%	2,79%	2,59%
Πορτογαλία	138.705	147.190	147.584	2,48%	2,49%	2,40%
Ν.Ζηλανδία	83.785	94.871	103.305	1,50%	1,60%	1,68%
.....	.....	.....	.....	.....	.....	.....
<b>Ελλάδα (Ν.21)</b>	<b>2.695</b>	<b>2.879</b>	<b>2.257</b>	<b>0,05%</b>	<b>0,05%</b>	<b>0,04%</b>
<b>Σύνολο</b>	<b>5.591.590</b>	<b>5.908.217</b>	<b>6.156.192</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Παράλληλα σημειώνεται ότι όσον αφορά γενικότερα στις εξαγωγές κρασιού από Ελλάδα, σύμφωνα με τα στοιχεία της Ε/Στατιστικής Υπηρεσίας, προκύπτει ότι οι κυριότεροι εξαγωγικοί προορισμοί για τα ελληνικά κρασιά, **σε αξία για το 2016**, είναι οι παρακάτω, ενώ παράλληλα υπογραμμίζεται ότι από τις 8 παρακάτω χώρες, **οι 6 χαρακτηρίζονται από την ύπαρξη ισχυρής ελληνικής ομογένειας, ενώ προς Γερμανία και ΗΠΑ κατευθύνεται ποσοστό 55% των συνολικών εξαγωγών κρασιού.**

Κρασιά από νωπά σταφύλια	73.720.103
Κύριες Χώρες Εξαγωγών	
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	29.274.654 (40%)
Η Π Α	10.865.766 (15%)
ΓΑΛΛΙΑ	5.915.917
ΚΥΠΡΟΣ	4.926.795
ΚΑΝΑΔΑΣ	4.513.393
ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ	2.534.356
ΒΕΛΓΙΟ	2.319.670
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	2.115.655

### Γ.5.2. Μπίρα

Η αξία των εισαγωγών μπίρας στη Σουηδία ανήλθε το 2016 σε 1,1 δις SEK (1.139.255.000) με τις κύριες χώρες προέλευσης να είναι οι : ΗΠΑ, Γερμανία, Τσεχία, Ολλανδία, Δανία, Ηνωμένο Βασίλειο και Βέλγιο.

**Η Ελλάδα κατατάσσεται στην 25η θέση εκ των 50 προμηθευτριών χωρών μπίρας στη Σουηδία, με το πολύ χαμηλό μερίδιο 0,10% στην αξία των εισαγωγών της Σουηδίας.** Η ελληνική μπίρα βρίσκεται κατ' αποκλειστικότητα μόνο στα ελληνικά εστιατόρια ενώ στο Systembolaget διαθέσιμες για παραγγελία είναι η Mythos lager (εισαγωγέας Carlsberg) και τρεις μύρες της ζυθοποιίας Volkan Santorini (εισαγωγέας World Beer Trading KB).

### Εισαγωγές Σουηδίας -Μπίρα (SITC-1123)

Χώρες	Ποσότητα (σε τόνους)			Αξία (σε χιλ. σουηδικές κορώνες)			Μερίδια		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2014	2015	2016
Η.Π.Α.	11.362	13.660	14.196	164.657	249.036	254.327	15,81%	23,08%	22,32%
Γερμανία	10.011	10.393	15.041	168.115	146.982	128.209	16,14%	13,62%	11,25%

Τσεχία	2.786	5.009	13.669	121.031	117.359	123.651	11,62%	10,88%	10,85%
Ολλανδία	10.607	11.284	11.058	115.902	117.876	115.357	11,13%	10,92%	10,13%
Δανία	15.487	16.693	22.365	99.560	106.685	108.870	9,56%	9,89%	9,56%
Ηνωμένο Βασίλειο	2.653	2.253	2.893	120.420	127.805	99.810	11,56%	11,84%	8,76%
Βέλγιο	214	161	2.535	37.120	48.574	83.097	3,56%	4,50%	7,29%
Μεξικό	4.165	2.530	4.429	44.479	30.968	50.885	4,27%	2,87%	4,47%
Ισπανία	129	323	1.006	39.592	21.232	28.736	3,80%	1,97%	2,52%
Ιρλανδία	546	732	1.750	43.602	24.338	27.868	4,19%	2,26%	2,45%
.....									
Ελλάδα	25	37	186	1.251	1.271	1.175	0,12%	0,12%	0,10%
Σύνολο	62.844	68.085	103.381	1.041.335	1.079.073	1.139.271			

Παράλληλα σημειώνεται ότι όσον αφορά γενικότερα στις εξαγωγές μπίρας από Ελλάδα, σύμφωνα με τα στοιχεία της Ε/Στατιστικής Υπηρεσίας, προκύπτει ότι οι κυριότεροι εξαγωγικοί προορισμοί, **σε αξία για το 2016**, είναι οι παρακάτω :

Μπίρα από βύνη [περιλαμβάνονται το ale, και η μαύρη δυνατή μπίρα (stout και porter)]	14.522.042
Κύριες Χώρες Εξαγωγών	
ΑΛΒΑΝΙΑ	5.509.240
ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ	1.362.463
ΚΥΠΡΟΣ	1.356.963
Η Π Α	1.011.176

## Γ.6 Συμπεράσματα-Προτάσεις

**Α.** Σύμφωνα κατ'αρχήν με πρόσφατη Έκθεση του ΣΕΒ "**Λάδι, Μέλι και Κρασί: 15 πρακτικές προτάσεις για να κατακτήσουν τις ξένες αγορές**", Τεύχος 18 /19-12-2017, Έκθεση η οποία βασίζεται στην κοινή πρωτοβουλία των Διεπαγγελματικών Οργανώσεων «Ελαιόλαδου & Ελιάς», «Μελιού & Λοιπών Προϊόντων Κυψέλης», «Αμπέλου & Οίνου» και του ΣΕΒ, με το συντονισμό του Γ. Ξηρογιάννη, Διευθυντή και Γ. Ναθαναήλ, Senior Advisor του Τομέα Βιομηχανίας, Αναπτυξιακών Πολιτικών και Δικτύων του ΣΕΒ και όσον αφορά ειδικότερα στο κρασί αναφέρονται οι κατωτέρω παρεμβάσεις :

Το 2010 η Διεπαγγελματική Αμπέλου και Οίνου ολοκλήρωσε το στρατηγικό σχέδιο marketing και branding για το ελληνικό κρασί το οποίο **ανάδειξε ως μόνη βιώσιμη στρατηγική, τη στρατηγική της διαφοροποίησης**. Ο στόχος της αμπελοκαλλιέργειας στα ακόλουθα χαρακτηριστικά διαφοροποίησης:

1. Αυθεντικότητα: ιδιαίτερα ελληνικά terroirs και αξιόλογες γηγενείς ποικιλίες.
2. Καινοτομία: ανάπτυξη νέων οινικών προϊόντων που απαντούν στις ανάγκες των σύγχρονων καταναλωτών
3. Οινοτουρισμός: δημιουργία ιδιαίτερων, υψηλής ποιότητας, ολοκληρωμένων οινικών εμπειριών στις κύριες τουριστικές και οινοπαραγωγικές περιοχές. Ειδικότερα πρέπει αναπτυχθούν συστηματικά εμπειρίες οινοτουρισμού, σε συνεργασία με μεγάλους tour operators που επιχειρούν στην Ελλάδα.



**Κεντρική επιδίωξη είναι η βιώσιμη και ανταγωνιστική αμπελουργία με σταθερή προσφορά σταφυλιού, κατάλληλης ποικιλιακής σύνθεσης και προδιαγραφών, για την παραγωγή διαφοροποιημένων προϊόντων με άριστη σχέση ποιότητας/τιμής και με απόλυτο σεβασμό στο περιβάλλον.**

Αναφορικά με το κρασί, οι ειδικότερες προτάσεις εστιάζουν σε:

-Ανάδειξη επώνυμου και τυποποιημένου προϊόντος. Για την ελληνική αγορά το βασικό ζητούμενο είναι η ανάδειξη του επώνυμου, τυποποιημένου ελληνικού κρασιού και η αύξηση των πωλήσεων του έναντι του «χύμα», ανώνυμου. Πέρα από ένα αποτελεσματικό πλαίσιο ιχνηλάτησης, είναι αναγκαία η προώθηση ορθών οινικών αντιλήψεων σε επαγγελματίες εστίασης και καταναλωτές και τουρίστες για την ποιοτική διαφοροποίηση του επώνυμου, τυποποιημένου κρασιού.

-Άρση υπερ-φορολόγησης. Ο Ειδικός Φόρος Κατανάλωσης στο εμφιαλωμένο κρασί, λειτουργεί στρεβλωτικά, μειώνει την ανταγωνιστικότητα των ελληνικών κρασιών στο εξωτερικό, και ενθαρρύνει ακόμη περισσότερο την παραοικονομία.

-Επαναπροσδιορισμός τιμής στις διεθνείς αγορές. Για τις διεθνείς αγορές ο στόχος είναι η αύξηση της μέσης τιμής πώλησης των ελληνικών εμφιαλωμένων κρασιών.”

**Β.** Όπως προκύπτει από τα στοιχεία της έρευνας, οι εξαγωγές κρασιού και μπίρας στη σουηδική αγορά, κατέχουν μηδενικά μερίδια και αποτελούνται κυρίως από μικρές ποσότητες που διοχετεύονται μέσω, Systembolaget, αγοράς HORECA και των ελάχιστων ελληνικών εστιατορίων που λειτουργούν στη Σουηδία (υπολογίζονται σε περίπου 30-40).

**Γ.** Δράσεις προβολής ελληνικών αλκοολούχων ποτών, κρασιού και μπίρας δεν υπάρχουν διαχρονικά στη σουηδική αγορά.

**Δ.** Με δεδομένα τα ανωτέρω και λαμβάνοντας παράλληλα υπόψη τόσο το υψηλό εισοδηματικό επίπεδο των σουηδών καταναλωτών, την καταγεγραμμένη προτίμησή τους σε ποιοτικά προϊόντα και στην υγιεινή διατροφή, την ιδιαίτερη σημασία που δίδεται στο σχήμα **“πρώτα πληροφορούμαι, μετά δοκιμάζω, μετά συγκρίνω και μετά αγοράζω”**, τη μη εύκολη αποδοχή από τους σουηδούς αγοραστές/χονδρεμπόρους των B2B εκδηλώσεων - αγοραστές οι οποίοι **δίνουν ιδιαίτερη σημασία**, στη σταθερή και μακροχρόνια συνεργασία, αυστηρή τήρηση των προδιαγραφών, δυνατότητα τροφοδοσίας μεγάλων ποσοτήτων και σύντομο χρόνο παράδοσης-, τον αυξανόμενο αριθμό σουηδών τουριστών που επισκέπτονται την χώρα μας, όσο και την άριστη ποιότητα των ελληνικών αλκοολούχων ποτών, σημειώνονται οι παρακάτω δράσεις που εκτιμούμε ότι θα μπορούσαν να δώσουν σημαντική υποστήριξη στη προσπάθεια αύξησης των εξαγωγών στη Σουηδία και οι οποίες είναι :

1. **Στοχευμένα προγράμματα προβολής τα οποία συνδυάζονται με γευσιγνωσία, στα οποία θα δίδεται ιδιαίτερη βαρύτητα στη γνωριμία των σουηδών καταναλωτών με τις εξαιρετικές ποικιλίες των ελληνικών κρασιών.**
2. **Υπογραμμίζεται επιπλέον ότι στα μάτια του τελικού καταναλωτή, έχει ιδιαίτερη σημασία η διαφοροποίηση ή η αντιστοίχιση των ελληνικών ποικιλιών κρασιού (π.χ. Αθήρι, Ασύρτικο, Κοτσιφάλι, Μαλαγουζιά, Μοσχοφίλερο, Ξινόμαυρο, Ρομπόλα, Σαββατιανό κλπ) με τα κυρίαρχα κρασιά/ποικιλίες του ανταγωνισμού (π.χ. Cabernet Sauvignon, Chardonnay, Merlot, Pinot Noir, Riesling, Sauvignon Blanc, Syrah κλπ).**
3. **Δημιουργία/προώθηση αλκοολούχων ποτών/μπίρας τα οποία εάν περιέχουν ποσοστό αλκοόλ λιγότερο του 3,5% μπορούν να πωληθούν εκτός μονοπωλίου.**
4. **Συμμετοχή σε επιλεγμένες Διεθνείς Εκθέσεις, όπως οι :**

- **-Stockholm Food & Wine**, στη Στοκχόλμη. Διοργανώνεται ετησίως κάθε Νοέμβριο και η φετινή λαμβάνει χώρα μεταξύ 9-12/11.  
[http://www.sthlmfoodandwine.se/summary-in-english?sc\\_lang=sv-se](http://www.sthlmfoodandwine.se/summary-in-english?sc_lang=sv-se)
  - **-Gastronord & Vinordinc** (hotel, restaurants, institutional kitchens, fast food, wines, beer, spirits and ciders) στην Στοκχόλμη. Διοργανώνεται κάθε διετία και η επόμενη θα λάβει χώρα τον Απρίλιο του 2018  
[http://www.gastronord.se/?sc\\_lang=en](http://www.gastronord.se/?sc_lang=en)
  - **-Stockholm Wine Fair**, στη Στοκχόλμη. Διοργανώνεται ετησίως κάθε Νοέμβριο και η φετινή λαμβάνει χώρα μεταξύ 4-6/5.  
<http://www.winefair.se/>
5. **Πρόσκληση αγοραστών/διαμορφωτών κοινής γνώμης στην Ελλάδα, είτε στις παραγωγικές Περιφέρειες της χώρας μας, είτε σε Διεθνείς Εκθέσεις.**
  6. **Δράσεις προβολής/γευσιγνωσίας στην Ελλάδα, απευθυνόμενες σε ξένους επισκέπτες/τουρίστες.**