

Import vino, Sorrentino: presente e futuro del mercato tedesco

scritto da Emanuele Fiorio | 7 Giugno 2024



In un momento di grandi trasformazioni per il mercato del vino, abbiamo avuto l'opportunità di intervistare **René Sorrentino, Titolare di [Ges Sorrentino](#)**, azienda specializzata nel "multi channel" sul mercato tedesco che offre, tramite le varie aziende del gruppo, un servizio che va dalla vendita diretta di wine & food italiano al "classico" servizio di consegna tramite magazzino.

Il Gruppo Sorrentino, composto da cinque realtà – Ges Sorrentino, Buon Gusto, Brand Compendium, Grande Vitae e Lux Brands – rappresenta un pilastro nel settore, **operando sia nell'on-trade che nell'off-trade.**

Con la sua vasta esperienza, Sorrentino ci offre una visione

approfondita delle sfide e delle opportunità che caratterizzano l'attuale mercato tedesco del vino, dalle difficoltà legate al comportamento prudente dei consumatori tedeschi, alle tendenze emergenti come il consumo di vini a bassa gradazione alcolica, fino agli impatti delle fluttuazioni economiche e dell'intelligenza artificiale. Un'intervista ricca di spunti che **delinea il presente e il futuro del mercato del vino** in uno dei principali Paesi importatori di vino italiano.

Quali sono le principali sfide che affronta come importatore di vino in Germania e quali opportunità vede emergere nel prossimo futuro?

Le sfide principali sono molteplici, il Covid-19 ha stravolto il nostro settore perché ha impresso a dinamiche già in essere, una velocità ed una evoluzione impensabili.

Nel mondo del consumo online e domestico c'è stata una crescita impressionante, ma già a metà 2022 si è vista una frenata e a partire dal 2023 ci si è resi conto che i numeri che generava l'online non erano di lunga durata.

Il 2024 è un anno veramente difficile da leggere in quanto **il consumatore tedesco in generale ha l'abitudine a chiudersi quando avverte la crisi**. I consumatori sono molto cauti e risparmiano su ciò che non è essenziale. Nel vino si avverte una frenata e la GDO rileva un calo del 10%, tuttavia nell'on-trade vedo stabilità.

L'opportunità si costruisce dando più servizio, cercando di acquisire quote di mercato su un mercato che in realtà non cresce. È vero che la GDO è in calo ma **il vino italiano ha conquistato fette di mercato** a scapito dei vini francesi e spagnoli. Se dobbiamo vedere il bicchiere mezzo pieno, l'Italia rimane la nazione preferita dai tedeschi.

Quali sono le principali tendenze che osserva nel comportamento d'acquisto dei consumatori tedeschi di vino?

Il tedesco risparmia, punto. Ad esempio, se ha individuato un vino che gli piace a 6,99€, non è disposto a pagarlo 7,50€. In quel caso non lo acquisterà più e cercherà qualche altro vino che rientri precisamente nel suo budget.

Se in Germania un vino supera un certo livello di prezzo, quasi automaticamente si perde il 25% della fetta di mercato.

In generale intercettare le tendenze è molto complesso, negli ultimi 5 anni, per quanto riguarda i vini italiani, **il mercato tedesco si è basato su due denominazioni, Primitivo e Lugana.** Il Primitivo ha delle quote di mercato notevoli, mentre il Lugana a causa dell'ultima vendemmia molto scarsa non si trova sul mercato. Per quanto riguarda i rossi domina il Sud d'Italia ed il Veneto con Valpolicella, Ripasso e Amarone.

Sui bianchi emerge il Pinot Grigio, ma con prezzi incredibilmente bassi, anche a 2,99€. È una situazione non chiara, non c'è voglia di sperimentare, c'è un atteggiamento difensivo di protezione del business. **Tuttavia in generale non vedo un trend forte che potrebbe cambiare le sorti dei prossimi anni.**

Come valuta l'incremento del consumo di vino no-low alcohol (dealcolato e a bassa gradazione) in Germania e quale impatto avrà sul mercato a lungo termine?

Certamente sta avendo un impatto, soprattutto i **vini bianchi con una bassa gradazione alcolica (10,5-11%) sono molto richiesti.** Per quanto riguarda i prodotti dealcolati è difficile trovarne di buoni, spesso vengono acquistati per provarli ma poi non convincono. Secondo me ha più senso puntare sui vini a bassa gradazione, questa tendenza non è

legata solo alla GDO, ma anche all'Horeca e alle enoteche.

Come ha gestito la fluttuazione dei prezzi di acquisto e di vendita dei vini importati in un contesto di tensioni economiche crescenti?

È molto difficile dare una risposta perché il problema c'è ancora oggi. Il governo tedesco cerca di abbassare gli effetti inquinanti dei trasporti, quest'anno è stato aumentato il pedaggio dei TIR sulle strade ed anche il costo dei certificati della CO2. Questi costi sono ricaduti sulle aziende. Durante il Covid è stata abbassata l'Iva per la ristorazione al 10% e avevano promesso che sarebbe rimasta così. Quest'anno è ritornata al 19%.

Onestamente **stiamo vivendo un circolo vizioso, è una battaglia**, credo che se quest'anno avremo una vendemmia scarsa come abbiamo l'anno scorso, sarà davvero molto difficile.

Negli ultimi 3 anni i prezzi dei vini italiani sono aumentati costantemente e quest'anno i fattori che hanno determinato questi aumenti sono ancora presenti.

L'intelligenza artificiale ha influito sulla sua attività di importazione e distribuzione di vino in Germania? Se sì, in che modo?

L'AI si sta espandendo in maniera fortissima, tutti i player del mondo la utilizzano per scrivere schede informative e tecniche. Si usa l'intelligenza artificiale per dare risposte alle recensioni, per le cover dei listini, per creare immagini. **Non è ancora un "game changer" nel nostro settore**, ma lo sarà nel mondo della contabilità nei prossimi 2-3 anni e nei reparti marketing ci sarà necessità di meno personale.

Quali sono le attuali richieste del mercato tedesco riguardo ai vini biologici e sostenibili?

È un trend che continua a crescere o vede una stagnazione?

Il biologico e la sostenibilità sono belli e buoni finché non c'è crisi, nel momento in cui c'è crisi i tedeschi si concentrano sul prezzo.

Quest'anno il consumatore tedesco sta risparmiando, il biologico sta soffrendo. Inoltre in Germania ogni azienda che vende vini biologici deve certificarsi annualmente. L'audit costa 1.500 euro l'anno, quindi bisogna tenere presente questi costi prima di scegliere di vendere vino biologico. **Alcune enoteche e distributori rinunciano al vino bio perché non vogliono sobbarcarsi i costi dell'audit.**

Nonostante questo, penso che il vino bio prenderà sempre più piede e ci saranno sempre più persone che si concentreranno sul biologico, se potranno permetterselo.

In seguito ai cambiamenti climatici, vede un futuro in cui la Germania potrebbe aumentare la sua produzione di vino riducendo la dipendenza dalle importazioni?

Non penso che la Germania voglia aumentare la sua produzione, anzi il percorso è quello di valorizzare le produzioni esistenti. Non c'è neppure la base politica al momento per aumentare le produzioni vinicole.

Qual è la sua visione per il futuro del mercato del vino in Germania nei prossimi cinque anni e quali cambiamenti spera di vedere?

La prima questione riguarda **l'atteggiamento della UE nei confronti del vino**, la politica europea non vede il vino per quello che è, ossia un prodotto culturale che, consumato con moderazione, risulta salutare. Questa tendenza generale contro l'alcol si fa sentire nelle giovani generazioni, non bisogna fare questo lavaggio del cervello altrimenti ci troveremo dei

giovani che non consumano più vino ma neanche birra.

In Italia avremmo bisogno di più unità, intenti comuni di salvaguardia del nostro patrimonio. Io dico che i consumi del vino si assesteranno, al momento non si può pensare di tornare ai volumi di 10-15 anni fa. La speranza è di tornare a constatare e trasmettere positività: in Germania abbiamo la ristorazione che consuma vino italiano, i cash & carry italiani e tedeschi, le enoteche, il mondo online, insomma ci sono tante possibilità. La positività porterebbe ad un cambiamento nei consumi e nel lavoro.