

# La crisi sommersa del vino tedesco: in ginocchio due produttori su tre

scritto da Emanuele Fiorio | 11 Aprile 2025



Mentre all'estero si celebrano i grandi Riesling tedeschi, il settore vinicolo in Germania vive una crisi profonda e spesso invisibile. Tra costi in aumento, calo dei consumi e surplus produttivo, due terzi dei piccoli produttori indipendenti sono in difficoltà. Quali sono le cause, le strategie di adattamento e le prospettive per il futuro?

Sorrisi, selfie con i produttori e calici pieni di Riesling: il Rieslingfeier di New York, sold-out e scintillante, ha celebrato a gennaio l'“età dell'oro” del vino tedesco. Ma dietro questa narrazione internazionale da copertina si cela una realtà ben diversa. In Germania, infatti, il settore vinicolo vive uno dei momenti più drammatici della sua storia.

**moderna.**

A lanciare l'allarme è Simone Loose, una delle massime esperte del settore e docente all'Università di Geisenheim: "Stiamo attraversando una transizione paragonabile per portata a quella del secondo dopoguerra." La crisi è invisibile agli occhi dei consumatori stranieri, perché colpisce soprattutto i piccoli produttori locali e il mercato interno. Ma i numeri parlano chiaro: **in Germania circa il 66% delle aziende vinicole piccole e medio-piccole è in forte difficoltà economica.** Ancora più grave è la situazione dei produttori di vino sfuso e delle cooperative, che rappresentano insieme il 75-80% della produzione totale in volume.

Già prima del 2020, secondo Loose, almeno due terzi delle aziende non erano redditizie. **Oggi, la situazione è peggiorata da una combinazione letale:** aumento dei costi (manodopera, energia, vetro, macchinari), inflazione, cambiamento climatico e un consumo interno sempre più debole.

In un contesto in cui due bottiglie su tre vengono acquistate nei discount, i vini tedeschi competono con etichette internazionali low-cost. Il risultato? Prezzi di vendita che, nel caso dei vini sfusi, scendono fino a 70 centesimi al litro, a fronte di costi produttivi superiori a 1,30 euro.

La crisi non è solo economica, ma anche culturale e generazionale. Le nuove fasce di popolazione consumano meno vino, spesso rinunciando all'alcol in favore di uno stile di vita più salutista. Inoltre, la Germania è destinata a perdere popolazione nei prossimi anni: **la combinazione di basso tasso di natalità e insufficiente immigrazione porterà, secondo le stime, a un calo del 40-50% del consumo di vino entro il 2045.**

Il rapporto di febbraio 2025 del Deutsches Weininstitut conferma la tendenza: consumi -4% nel 2024, vendite -5% e ricavi -6% per i vini tedeschi.

Nonostante il quadro complessivo negativo, una minoranza di

produttori ha saputo reagire. È il caso, ad esempio, di **un terzo delle aziende indipendenti che nel 2023 ha aumentato il proprio volume di vendite**, grazie a strategie di adattamento, consolidamento e diversificazione, in particolare sui mercati esteri.

*Leggi anche – [Germania, cala consumo vino nel 2024: dati e tendenze](#)*

Weingut Leitz, nel Rheingau, è l'esempio emblematico: ha **differenziato la propria offerta in tre linee** – una per i vini dealcolati, una per i mercati entry-level (Norvegia, Svezia), e una per i cru di Rüdesheim. Il risultato? Crescita in tutti i segmenti.

Moritz Hidle, a capo della storica cantina biodinamica Karl Hidle in Württemberg, ha scelto un altro approccio: **riduzione della superficie, semplificazione della gamma** e consapevolezza che la crescita non può più essere un dogma.

Christine Pieroth di Piri Naturel ha fatto della crisi un'occasione per rafforzare il proprio modello sostenibile. Con un'agricoltura rigenerativa su 14 ettari e il desiderio di educare i consumatori al vero valore del vino, **progetta incontri e workshop** per spiegare perché un vino da tre euro in supermercato è una distorsione del sistema.

**Se c'è una nota positiva per il comparto tedesco, è quella dell'export, che ha registrato un +2% nel 2024.** Gli Stati Uniti restano il primo mercato, anche se il peso relativo è in lieve calo (12% del totale). A rafforzare la stabilità dei prezzi ci hanno pensato gli importatori, assorbendo gli aumenti grazie a una logistica ottimizzata e al cambio favorevole.

“Facciamo di tutto per mantenere stabili i prezzi, anche acquistando più volumi e ottimizzando i magazzini,” spiega Jenna Fields di The German Wine Collection. Kevin Pike, di Schatzi Wines, conferma: “I vini tedeschi in USA hanno una

fanbase fedele. Sugli scaffali americani il panorama non cambierà molto, almeno per ora.”

Nonostante l'evidente sovrapproduzione, nel 2024 sono stati autorizzati oltre 300 ettari di nuovi vigneti, in gran parte nel Rheinland-Pfalz. Un paradosso che Simone Loose commenta con lucidità: **“Se potessimo agire con una mano invisibile, eliminerei il 25% delle superfici per riequilibrare domanda e offerta.”**

Intanto, la sua équipe ha sviluppato un sistema pionieristico per tracciare le vendite quotidiane di 600 aziende partecipanti, al fine di fornire dati comparabili e stimolare il cambiamento.

**Il tabù più duro da scalfire resta quello del ridimensionamento.** Loose lavora da anni per normalizzare l'idea che, talvolta, ridurre è la scelta più saggia. Lo conferma Hidle: “Molti colleghi non vogliono ammettere che stanno riducendo, come se fosse una sconfitta.” La German Winegrowers Association ha persino avviato un programma di supporto psicologico anonimo per i produttori.

In sintesi, la crisi tedesca del vino è reale, profonda e destinata a lasciare segni duraturi. Ma potrebbe anche rappresentare un'occasione unica per reinventare il sistema su basi più sane, sostenibili e consapevoli.

#### **Fonte:**

*“The Invisible Crisis in Germany’s Wine Industry” pubblicato su SevenFiftyDaily, autrice Valerie Kathawala.*

---

#### **Punti chiave:**

- 1. Due terzi dei produttori indipendenti tedeschi sono in crisi**, colpiti da costi crescenti, inflazione e surplus

di produzione.

2. **Il consumo interno è in calo:** entro il 2045 si prevede una riduzione del 40-50% dovuta al calo demografico e a un minor consumo tra i giovani.
3. **I prezzi dei vini sfusi sono insostenibili**, spesso inferiori ai costi di produzione, soprattutto nelle cooperative e nei mercati discount.
4. **Alcune aziende reagiscono con successo**, puntando su export, diversificazione (inclusi i vini analcolici) e ridimensionamento strategico.
5. **L'export è una via di salvezza**, in particolare verso gli USA, ma non sufficiente a compensare le criticità strutturali del sistema.