

# Il mercato del vino tedesco nel 2020: tra trasformazione digitale e off-trade

scritto da Michéle Shah | 31 Maggio 2021



Nonostante la chiusura dell'horeca, la Germania si è riconfermata come uno dei Paesi europei con il maggior consumo di vino anche durante l'anno della pandemia. Ma se il mercato

del vino continua ad essere fortemente attivo e legato al consumo dei vini italiani, occorre prestare maggiore attenzione all'interesse dei consumatori dettato da un ingente diversificazione regionalizzata dei consumi.

Questo quanto confermato anche dalla MW Alison Flemming, diplomata WSET, Export Sales Manager ed esperta di mercato.

### **Come ha reagito il mercato tedesco durante i mesi di chiusura?**

I tedeschi amano il vino (bevono circa 24 litri pro capite all'anno) e hanno continuato a comprarlo per tutta la durata del lockdown (**aumento del 4,8%** vs l/a, 31/7/2020 secondo gli studi del [Deutscher Weinbauverband](#)). Tuttavia, **ciò che è cambiato è dove il vino viene acquistato**, dato che il **commercio dell'horeca si è ridotto di circa il 90%**, con molti ristoranti che chiudono completamente e coloro che operano tramite asporto spesso non contemplanò il vino (un'opportunità mancata!). L'**off-trade**, quindi, ha trainato le vendite sul mercato del vino (**79% delle vendite totali, di cui 50% di vendite nei discount**), ottenendo così buoni risultati rispetto al 2019 (**volume +6%**, **valore +8%**) in quanto sono stati alcuni dei pochi esercizi che sono rimasti aperti durante la pandemia.

### **Sono stati creati nuovi canali di vendita?**

Le **vendite online** erano già una piccola parte delle vendite complessive di vino, probabilmente intorno al 6%, ma questo sembra essere **aumentato al 9%**. Gli attori principali sono Hawesko, Belvini, Vicampo, WirWinzer e Lobenbergs Gute Weine. Anche catene specializzate come Jacques Wein Depot o il grande gruppo di supermercati Rewe hanno la loro piattaforma on-line. Secondo il [ProWein Business Report 2020](#), **un negozio di vino specializzato su 10 ha aperto un nuovo store online nel 2020** e anche le aziende vinicole stanno entrando in azione, con una

cantina su 4 che apre un negozio online.

## **Quali tipi di vini hanno venduto meglio durante il blocco e attraverso quale canale?**

Il Deutscher Weinbauverband riferisce che la **quota di mercato dei vini tedeschi** nel commercio al dettaglio è **aumentata al 47%**, mentre complessivamente **i vini importati hanno perso il 5,9% in volume**.

Per ciò che riguarda **il vino italiano** si è delineata la seguente situazione:

- L'Italia ha perso il 9% in volume, ma ha aumentato il valore del 2,6%, mostrando che c'è un deciso spostamento verso vini più pregiati quando non è possibile andare al ristorante;
- le vendite di vini rossi sono rimaste invariate al 42%;
- i vini rosati sono aumentati al 12%, riducendo la quota dei vini bianchi al 46%.
- i vini biologici di tutti i colori rappresentano ora il 3% di tutte le vendite, con un aumento dello 0,5%, un piccolo incremento che riflette però il rinnovato interesse per la sostenibilità e le questioni ambientali;
- il Pinot Grigio/Grauburgunder insieme rappresentano il secondo vitigno bianco preferito dopo il Riesling;
- Il Primitivo è il quarto vitigno rosso preferito dopo Dornfelder, Merlot e Pinot Noir.

## **Il mercato si sta riprendendo ora?**

Il **mercato tedesco non è così dipendente dal turismo** (anche se c'è stato un leggero aumento del turismo interno quando non è stato bloccato) **o dalle esportazioni** (solo circa un terzo della produzione di vino tedesco viene esportato) e quindi ha sofferto meno di altri paesi produttori come Francia, Italia e

Spagna.

### Quali sono i segnali positivi nel mercato?

La **trasformazione digitale** sta permettendo ai produttori e alle aziende vinicole di avvicinarsi ai loro consumatori. Un'azienda vinicola su quattro offre ormai delle **degustazioni on-line** "*direct to consumer*" e i negozi specializzati utilizzano anche degustazioni a data e ora fissa o degustazioni livestream per raggiungere un nuovo pubblico. Per esempio, due sorelle che gestiscono la società "Wein-Moment" hanno effettuato 170 degustazioni nel 2020 e il giornalista e moderatore Felix Bodman ha la sua scuola di vino sul web, con il vino inviato dall'operatore specializzato partner Lobenbergs. L'aspettativa è che tale attività continui anche dopo la pandemia.

### Cosa consiglierebbe ai produttori italiani per mantenere il loro posto sul mercato e per trovare una rappresentanza sul mercato?

I tedeschi amano la "*dolce vita*" italiana e la cucina italiana. Quindi **i produttori italiani** sono in una posizione **molto più favorita rispetto ai loro cugini europei** e sicuramente hanno una quota di mercato maggiore. Il mercato rimane sensibile ai prezzi e quindi la stabilità di questi è importante anche se molti prezzi delle materie prime stanno aumentando. È anche importante "**raccontare la storia**" e oggi i canali dei **social media** offrono un'opportunità unica per farlo. Ci sono anche alcune tendenze che stanno funzionando bene come **l'amore per i rossi ad alta gradazione alcolica**, ricchi, maturi e fruttati (stile appassimento), biologici, rosati e aromatici, che l'Italia è, nel complesso, ben posizionata per fornire. Bisogna ricordare che la **Germania** è un **mercato fortemente regionalizzato**, per cui la rappresentanza va cercata a nord e a sud, a est e a ovest e l'on-line offre una soluzione non limitata geograficamente.