

La riqualificazione del vino italiano in Germania

scritto da Roxana Zeca | 1 Giugno 2021



La Germania è sempre stato il destinatario principale delle esportazioni di vino italiano, in primis per la vicinanza, in secondo luogo perché l'immagine dei prodotti **Made in Italy** ha da sempre suscitato grande **interesse e fascino** in questo Paese.

Tuttavia, la grande **sensibilità al prezzo** riscontrata nei consumatori tedeschi, ha fatto sì che la percezione del vino italiano fosse prettamente legata a **vini di primo prezzo**, effettuando scelte d'acquisto meramente in base al costo più basso.

Ma com'è cambiato il posizionamento dei vini italiani a causa della pandemia?

La testimonianza dei buyer tedeschi, grazie all'intervista di [Michèle Shah](#) ideatrice del marchio [Speedtasting](#), ci conferma

un mercato tedesco del vino ancora in fase di ripresa, ma più attento alla qualità dei vini italiani.

“Il vino italiano ha subito una **ricaduta d'immagine** a causa delle importazioni di vino di bassa qualità” – afferma l'importatore **Andreas Rexin** di [Weine & Spirituosen](#) ad Amburgo – “tuttavia ho notato che **l'immagine dei vini italiani è migliorata** parecchio ed io stesso cerco di convincere i clienti della grande varietà dei vini italiani. Abbiamo notato che anche i produttori si stanno orientando a **produrre meno, ma con una qualità maggiore**”.

Con un **30% dei ristoranti destinati a chiudere**, secondo quanto riportato dall'agenzia [Emily Albers PR International](#), il fenomeno della **premiumisation** è stato principalmente trainato dalle vendite avvenute nei **retail shops**, negli **e-commerce online** e nei **supermercati** i quali hanno incrementato la varietà e la qualità dei vini offerti.

“I supermercati ed i negozi online hanno avuto la meglio in questa pandemia, in quanto vi è stata una **richiesta sempre maggiore di vini di qualità** a causa della chiusura dei ristoranti. Se prima la spesa media per una bottiglia di vino era sotto i 5 euro, ora sono i vini compresi nel **range 5-8 euro** ad essere maggiormente richiesti”.

Una maggior attenzione alla qualità, sia da parte dei consumatori che degli importatori tedeschi, è stata testimoniata anche dall'agenzia [Goldhahn & Sampson GmbH](#) di Berlino : il nostro obiettivo è quello di trovare il prodotto più pregiato proveniente dai produttori più interessanti, abbiamo infatti in catalogo circa **600 tipologie di vini artigianali da produttori che sposano la filosofia dell'artigianalità e con una storia da raccontare**”.

Un quadro tutto sommato positivo per il vino italiano sul mercato tedesco e siamo certi che il trend di **premiumisation e riqualificazione del vino italiano**, possa continuare anche una

volta rientrata l'emergenza, se le cantine saranno in grado di cogliere queste opportunità presentate dai cambiamenti dettati dalla pandemia.

A tal proposito, secondo quanto riportato dagli importatori intervistati, i **consigli per le cantine italiane** si possono così sintetizzare:

- **diversificare la propria distribuzione** attraverso più canali, in particolar modo nel retail, nei supermercati e tramite gli shops online;
- cercare di non fare riferimento ad un agente unico, bensì ricercare relazioni in tutte le città più importanti, soprattutto canale retail, in quanto il mercato tedesco è fortemente diversificato da lander e lander;
- mantenere con loro una **comunicazione continua**, volta trovare soluzioni comuni e proattive per consolidare il lavoro una volta che la pandemia sarà rientrata.