

Vino, Germania: ultimi dati e prospettive Nomisma

scritto da Emanuele Fiorio | 25 Gennaio 2023



La **Germania** è il quarto mercato al mondo per consumi di vino e la seconda destinazione del nostro export ma **dal 2015 ad oggi i volumi sono pressoché stagnanti** (19 milioni di ettolitri), anzi in leggerissima regressione.

Emanuele di Faustino, senior project manager di Nomisma Wine Monitor, ha analizzato **dimensioni, performance 2022, posizionamento del vino italiano nel mercato tedesco e andamenti prospettici per il futuro.**

La metà dei consumatori di vino tedeschi fanno parte della generazione dei Baby Boomers e sorreggono i consumi dal punto di vista quantitativo, al contrario la Gen Z consuma vino con minore frequenza sia per una questione salutistica sia per la concorrenza dei RDT e degli hard seltzers. **Il vino dal 2015 al 2021 registra un CAGR del -0,6% mentre i RTD crescono del**

+6,3%.

Per quanto riguarda **l'import di vino in valore**, da gennaio ad **ottobre 2022 c'è stata una flessione (-4,4%) rispetto al 2021**. Soffrono i fermi ed i frizzanti imbottigliati, **l'unica categoria che cresce è il BiB (Bag-in-Box)** sia in valore (23%) che in volume (36%). Crescono anche gli spumanti a valore (9%), non a volume (-5%).

L'Italia è leader per import di **vini fermi e frizzanti**, ma con una **flessione del -12% a valore e del -11% a volume**. Soffrono anche Francia (-6% a valore) e soprattutto Spagna (-16% a valore).

La situazione degli **spumanti** è molto differente, l'Italia è la seconda fornitrice ben lontana dalla Francia che flette in volume del -1% ma cresce in valore del 14% mentre **l'Italia registra una regressione del -13% a volume ed una crescita a valore solo dell'1%**. Anche la Spagna fa meglio di noi con un +6% a volume ed un +9% a valore.

Nel canale off-trade tedesco i vini italiani nel 2022 hanno performato sotto la media, le vendite soffrono sia a volume che a valore, l'unica categoria che cresce sono i rosé fermi in cui l'Italia fa bene, +5% a valore e +6% a volume.

Il sondaggio di Wine Monitor

Wine Monitor ha analizzato i comportamenti dei consumatori tedeschi attraverso un sondaggio che ha preso in esame un campione di **1000 consumatori di vino tedeschi**.

In Germania la consumer base del vino è molto ampia, oltre 20 milioni di persone tra i 18 ed i 65 anni consumano vini, i frequent user (che consumano vino almeno 1 volta a settimana) sono il 16%.

L'interesse per il vino aumenta al crescere dell'età, i Millennials e soprattutto la Gen Z lo consumano prevalentemente fuori casa e preferiscono il vino mixato,

molto diffuso in Germania.

La crescita dei prezzi e la congiuntura economica sfavorevole sta colpendo anche la Germania, **3 consumatori su 4 (75%) hanno modificato il proprio modo di fare spesa**, ma per quali categorie di alimenti?

Il campione ha indicato soprattutto carni fresche e salumi (43%), snack dolci e salati (33%) e al terzo posto il vino (27%).

La Germania è un mercato “price-driven” e, non a caso, a guidare gli acquisti è in primis il fattore prezzo.

I tedeschi scelgono quale vino acquistare in base alla presenza di sconti e promozioni (18%) e al prezzo basso (18%). Inoltre l'attenzione al fattore prezzo è più alta tra i giovani della Gen Z (25%).

È da sottolineare che il 40% dei consumatori per festeggiare eventi e ricorrenze preferisce acquistare vini di fascia premium.

Il vino italiano viene comunque percepito positivamente, i tedeschi ritengono che il vino di maggiore qualità provenga in primis dalla Germania, poi dalla Francia ed in terza battuta dall'Italia.

Il 54% dei tedeschi ha bevuto Prosecco nel 2022 soprattutto in casa, poi Lambrusco (38%), Chianti Classico (34%), Montepulciano (26%) e Primitivo (24%).

La percezione che i tedeschi hanno dei vini italiani si basa su 3 elementi principali: qualità, tradizione ed eleganza.

Ma il 22% dei tedeschi dichiara di non consumare vino italiano, perché?

Il 45% dichiara di preferire vini tedeschi, il 37% sottolinea che il vino italiano ha un prezzo troppo elevato (rispetto ai vini domestici) ed il 25% consumava vino italiano nei ristoranti e ora vi si reca con minor frequenza.

Come evolveranno i consumi di vino in Germania nel 2023?

Le tendenze non sono rosee, perché la bilancia tra coloro che dichiarano di voler diminuire rispetto a chi dichiara di voler aumentare i consumi di vino, sono negativi. Il consumo nei ristoranti non crescerà velocemente e sarà inferiore alla tendenza riscontrata in Italia.

I vini che soffriranno meno saranno gli entry-level e quelli sostenibili con attributi green.

Tuttavia i vini italiani, a parte i vini domestici tedeschi, soffriranno meno dei competitor.

I motivi per cui i tedeschi ridurranno i consumi di vino italiano sono in primis per necessità economiche generali (59%), per il fatto che il vino italiano ha un prezzo troppo alto (44%) ed in terzo luogo perché i tedeschi consumano vino italiano soprattutto nei ristoranti e si recheranno meno a cenare fuori casa.

In questo quadro complesso, il vino domestico tedesco emergerà e probabilmente registrerà una buona crescita.

Come e dove promuovere il vino italiano in Germania?

Secondo i consumatori tedeschi, **i messaggi da veicolare riguardano:** qualità (59%), abbinamento con il cibo (52%), celebrazioni (34%), versatilità (27%), zona di produzione (25%), sostenibilità (22%)

I canali da utilizzare sono: degustazioni nei supermercati ed enoteche (38%), degustazioni in ristoranti/wine bar (35%), programmi di cucina in TV (23%), canali online e social media (18%), fiere ed eventi in presenza (17%).

I driver di consumo che determineranno le tendenze future al di là della crisi attuale riguardano: gli attributi green (35% di cui vini sostenibili 23%, vini bio 12%), la mixology (23% di cui vini semplici da mixare sostenibili 12% e RDT a base vino 11%) e vini analcolici o a bassa gradazione (19% di cui

vini a bassa gradazione 12% e analcolici 7%).