6 chiavi di successo nel mercato tedesco

scritto da Federica Ferrario Gaggero | 29 Gennaio 2018



La Germania è tradizionalmente uno dei mercati di riferimento più importanti per l'export italiano del vino. Solido ma anche molto competitivo, non ha quasi per nulla risentito della crisi economica e per questo attrae sempre più produttori di vino italiani intenzionati ad esportare il proprio vino in Germania. Manca poco più che un mese e mezzo all'evento più importante di tutto l'anno per il business del vino tedesco, ed europeo, ProWein, **vediamo assieme dunque alcuni consigli utili che abbiamo stilato per voi** grazie ai dati raccolti dalle ultime analisi di mercato effettuate da Wine Monitor e grazie anche all'esperto del mercato tedesco Kevin Gagnon, wine expert canadese specializzato in mercato tedesco da più di 10 anni.

1. Il mercato tedesco è molto competitivo e l'offerta di vino esportato in Germania è veramente vasta. Bisogna essere determinati e non gettare la spugna al primo ostacolo, non

pensiate che i tedeschi aspettino solo di conoscere il vostro prodotto. È un mercato che segue il detto “Morto un Papa se ne fa un altro”, quindi distinguetevi e trovate una buona strategia di promozione.

2. È bene ricordare che l’appeal del vino italiano è da sempre molto forte in Germania ma il **prezzo di importazione rimane molto basso** e i tedeschi lo sanno. Sono grandi amanti del nostro vino, ma non vuol dire che siano disposti ad accettare qualsiasi cosa. Per questo motivo, le aziende italiane che fanno i maggiori numeri, finiscono per fare una politica dei prezzi addirittura migliore di quella fatta da listino.

3. **Diversificate la vostra strategia**. La vendita di vino può essere realizzata con i metodi tradizionali. I siti web informativi non hanno nessun valore reale per i tedeschi. Sono sempre le riviste, soprattutto in lingua tedesca, ad avere la meglio.
Inoltre, la Germania è da tempo pronta a percepire anche nuove forme di distribuzione come l’e-commerce e la vendita b2b attraverso “mediatori digitali”.

4. Necessario, se non fondamentale, è la **conoscenza della lingua inglese**. I tedeschi adorano l’Italia e il cibo italiano; conoscono tutti i brand più importanti, ma non parlano la nostra lingua. Sono indulgenti nel caso non conosciate la loro lingua, mentre sono tassativi per quanto riguarda l’inglese. Quindi, studiate (oppure affidatevi a qualcuno che lo sappia parlare bene!).

5. La chiave per commerciare con la Germania è conoscere le persone, creare nuove relazioni “tu per tu”, per i tedeschi è essenziale. Ma sappiamo non essere realistico, quindi il compromesso a questa richiesta viene accontentato dalle fiere internazionali (i tedeschi partecipano sempre). Se non la conoscete ancora segnatevi **ProWein**, la fiera espositiva dedicata al vino più seguita in Germania, a **Düsseldorf dal 18 al 20 marzo 2018** (www.prowein.de)

6. Nonostante tutto quello detto fino ad ora, importare in Germania è relativamente facile, non ci sono barriere di impronta nazionale e i tedeschi tendono ad andare sul sicuro, non amano il rischio. Siate coerenti ed onesti: se avete una vostra linea di mercato, seguitela con decisione e verrete premiati. Sanno apprezzare molto queste qualità e ne tengono conto prima di iniziare una collaborazione.
Non siate però insistenti, la fiducia si crea con il tempo e l’impegno. Probabilmente vi sarà richiesto di fare qualche sacrificio, ma si sa che, alla fine della salita, è poi tutta discesa.