

La Germania, importante destinazione per l'export italiano

scritto da Redazione Wine Meridian | 18 Maggio 2015



Arrivano da Wine Monitor, l'osservatorio di Nomisma sul mercato del vino, gli ultimissimi dati sul mercato tedesco che sarà oggetto assieme alla Svizzera del prossimo seminario "Focus Germania e Svizzera" (22 maggio- Lonigo), organizzato da Wine Meridian in collaborazione Wine Monitor, l'unità di business e market intelligence di Nomisma nata e pensata per supportare le imprese e le istituzioni della filiera vitivinicola italiana nella comprensione delle dinamiche dei mercati.

Con oltre 2,5 miliardi di vino importato nel 2014, la Germania si colloca al terzo posto tra i principali mercati d'importazione di vino al mondo, dietro a Stati Uniti e Regno Unito. Questo Paese rappresenta da sempre uno dei più

importanti Paesi di destinazione per l'export vitivinicolo italiano: attualmente il 20% delle vendite all'estero di vini made in Italy si indirizza verso tale mercato, dice Denis Pantini, responsabile di Wine Monitor.

Analizzando i molti dati rilevati da Nomisma Wine Monitor, colpisce un numero: 25,5 L/anno, che è il consumo pro-capite di vino in Germania, per un totale di 20,4 milioni di ettolitri di vino. La Germania non è sicuramente il Paese europeo dove si consuma più vino (superato da Francia, Italia, Portogallo, Austria, Belgio), ma presenta una predisposizione al prodotto da parte dei consumatori molto positiva. Il tedesco è in media aperto alla diversità del vino, effettua la scelta del prodotto in base al gusto, è sensibile al prezzo ma non è rigidamente legato ad una fascia di prezzo.

Nel complesso il mercato tedesco, che dal punto di vista fiscale non presenta tasse/accise sul vino (per gli esportatori) a parte l'IVA al 19%, è molto attrattivo per le aziende vitivinicole italiane perché la domanda è comunque sostenuta e sta emergendo una tendenza molto interessante. Aumenta la domanda di vini di qualità e quindi aumenta il prezzo medio di acquisto. Questo processo di premiumization si è verificato anche nei discount e supermercati, prosegue Pantini. Rimangono comunque alcune sfide come l'elevata concorrenza su qualità, prezzi e promozioni e la complessità dovuta alla grande varietà di canali di vendita.

GERMANIA I margini del sistema distributivo tedesco:

Discount 10-20% del prezzo al dettaglio

Super/Ipermercati 25-35% del prezzo al dettaglio

Wine shops 35-50% del prezzo al dettaglio

Ristoranti 70-80% del prezzo alla carta

Ingrosso 15-25% del prezzo all'ingrosso

Agenti 2-20% del prezzo

Fonte: Survey Wine Monitor Nomisma.

GERMANIA Off-premise: quota di mercato (a volume) delle vendite di vino per Paese d'origine del prodotto (2013)