

La Germania va verso la premiumization delle vendite del vino

scritto da Agnese Ceschi | 26 Maggio 2015



“I mercati internazionali sono sempre più in movimento e richiedono uno studio accurato e costante delle dinamiche di funzionamento da parte degli addetti ai lavori come gli export manager”. Fabio Piccoli, direttore di Wine Meridian ha accolto con questa premessa i partecipanti al secondo focus sui mercati internazionali del vino “Focus Germania e Svizzera”, organizzato da Wine Meridian in collaborazione con Wine Monitor, l’osservatorio di Nomisma sul mercato del vino, che si è svolto venerdì 22 maggio.

“Questi focus sono l’occasione per aggiornarsi ed approfondire dati recenti sui mercati, grazie al prezioso contributo di Wine Monitor, posto che l’evoluzione è velocissima e il mercato del vino richiede costante aggiornamento” ha detto Piccoli. Proprio nell’ottica della comprensione dei due mercati europei simili per vicinanza geografica ma anche differenti per peculiarità specifiche, quello tedesco e quello

svizzero, sono stati presentati gli ultimissimi dati raccolti dall'Osservatorio di Nomisma.

Partendo dalla Germania, il mercato si caratterizza per una spiccata propensione al consumo di vino con un consumo pro-capite di circa 25,5 L/anno, per un totale di 20,4 milioni di ettolitri di vino. Per questo motivo la Germania si colloca al terzo posto tra i principali mercati d'importazione di vino al mondo ed è uno dei più importanti Paesi di destinazione per l'export vitivinicolo italiano, infatti il 30% delle vendite all'estero di vini made in Italy si indirizza verso tale mercato. La Germania è un Paese di produzione di vino e dunque la cultura vitivinicola è abbastanza forte, specialmente nei Länder più grandi e nella parte sud occidentale a vocazione vinicola, dove vengono prodotti Riesling e Müller Thurgau tra i più conosciuti. Il consumo del vino in Germania avviene prevalentemente in casa (82%), per questo tra le fonti di acquisto del vino vediamo in testa i discount e la grande distribuzione in generale.

Il tedesco è in media aperto alla diversità del vino, ma preferisce i vini bianchi autoctoni e i vini rossi stranieri, specialmente gli italiani. Come preferenza al primo posto troviamo i vini rossi fermi (39,4%), al secondo i bianchi fermi (32,2%) e poi gli altri sparkling wines (16,4%), con una percentuale da segnalare perché denota comunque un certo interesse dei tedeschi nei confronti dei vini frizzanti, che in Italia equivalgono ad una percentuale del 9,5%. A seguire i no grape wines, i rossi fermi e i vini liquorosi.

Nei prossimi anni assisteremo ad un processo di premiumization e dunque ad un trend di preferenza di vini di fascia più alta e ad un aumento del prezzo medio. Dunque il consumatore tedesco si sta indirizzando sempre di più verso vini di qualità, a discapito della quantità.

Vediamo assieme le percentuali di vini più venduti per tipologia: in Germania la fa da padrone il vino sfuso (58%), il cosiddetto bag in box, seguito dai vini fermi imbottigliati (38%) e dagli sparkling (4%). L'Italia spicca su Francia e Spagna per la vendita di vini fermi imbottigliati,

specialmente i rossi, mentre la Francia la fa da padrona sugli sparkling, come prevedibile. Rimangono gli sfusi, fascia di mercato importante in cui l'Italia se la cava molto bene, anche se negli ultimi anni stanno avanzando i vini spagnoli che hanno prezzi molto piú abbordabili.