



## Germania - Il mercato del vino

La Germania è il maggiore paese importatore di vino in Europa. Nel 2006 le importazioni<sup>1</sup> hanno superato complessivamente i 14 mln. di hl per un valore di 1,96 mld. di €. L'Italia si conferma il primo fornitore con una quota sulle quantità di ca. il 45% (6,32 mln. di hl), registrando una crescita del 16% rispetto al 2005. In termini di valore i vini italiani hanno fatturato all'importazione una somma di 666 mln. di €, pari al 33,5% del totale, con una diminuzione del prezzo medio passato da 113 €/hl a 104 €/hl. Nel suo complesso il mercato tedesco del vino ha un volume di 21,9 mln. di hl, dato dal 59,5% da vini d'importazione ed il rimanente 41,5% da produzione nazionale. La Germania è sempre più anche un Paese esportatore, di vini bianchi soprattutto, nel 2005 le vendite all'estero sono ammontate a 2,65 mln. di hl per un valore di 474,6 mln. di €.

Il consumo pro capite in Germania è stato nel 2005 di 23,3 lt., in calo dopo il picco del 2001/'02 di 24,3 lt.. In aumento nel 2006 la domanda di vino nazionale del 7,8% il cui prezzo medio per bottiglia è passato da 1,81 € a 1,84 €. In calo i nuclei familiari che consumano vino (dal 64,2% del 2005 al 62,7% nel 2006), che però hanno incrementato i consumi dell'1,5%. In calo i consumi di vino rosso, in aumento quelli di bianco e rosé. Da rilevare il consumo crescente da parte delle donne: il 58% dei consumatori tedeschi è di sesso femminile che cura in maniera attenta la scelta nell'acquisto.

Per quanto riguarda i canali distributivi ca. 3 mln. di hl di vino vengono commercializzati dal canale Horeca, mentre l'acquisto diretto dei consumatori per uso domestico si aggira sui 13,5 mln. di hl. Di questa parte ca. 2,3 mln. di hl viene acquistata presso i produttori, che in termini di fatturato alle vendite incide per ben il 25%. La restante parte è in mano alla GDO, con i Discount che detengono il 47% delle vendite in volume. Il commercio specializzato commercializza una quota del 4,3% in quantità ed un 10% in termini di fatturato.

---

<sup>1</sup> Dati provvisori: UFS Wiesbaden, Global Trade Atlas



Il clima commerciale che si respira tra gli operatori è particolarmente positivo dopo anni di stagnazione. Con la ripresa economica e la forte contrazione della disoccupazione anche i consumi privati tendono a crescere. Il commercio specializzato del vino tedesco sta riqualificando il proprio assortimento ed i Discount proseguono nella loro espansione offrendo al vino italiano una grande piattaforma distributiva. L'evoluzione del mercato è indirizzato ad un'ulteriore crescita nel lungo periodo, ma per il vino italiano è opportuno non trascurare il livello qualitativo evitando l'eccessivo abbassamento dei prezzi che danneggerebbe l'immagine finora consolidata.