

ITALIA



Istituto nazionale
per il Commercio Estero

Nota Settoriale

**Il mercato tedesco
dei vini nel 2009
e nel 2010**



Il mercato tedesco dei vini nel 2009 e nel 2010

1	Dimensioni del mercato	1
2	Produzione interna.....	4
3	Esportazioni di vino tedesco	5
4	Importazioni	6
5	Dettaglio delle importazioni per tipologia.....	8
5.1	I vini spumante.....	8
5.2	Importazioni di vini in bottiglia	10
5.3	I vini da tavola in confezioni inferiori ai 2 lt.	11
5.4	I vini da tavola in confezioni superiori ai 2 lt.	12
6	Il consumatore tedesco.....	13
7	I vini biologici	15
8	La distribuzione dei vini in Germania	17
9	Commercio Specializzato	21
10	Trend.....	21
11	Fonti	23
12	Appendice statistica	24



1 Dimensioni del mercato

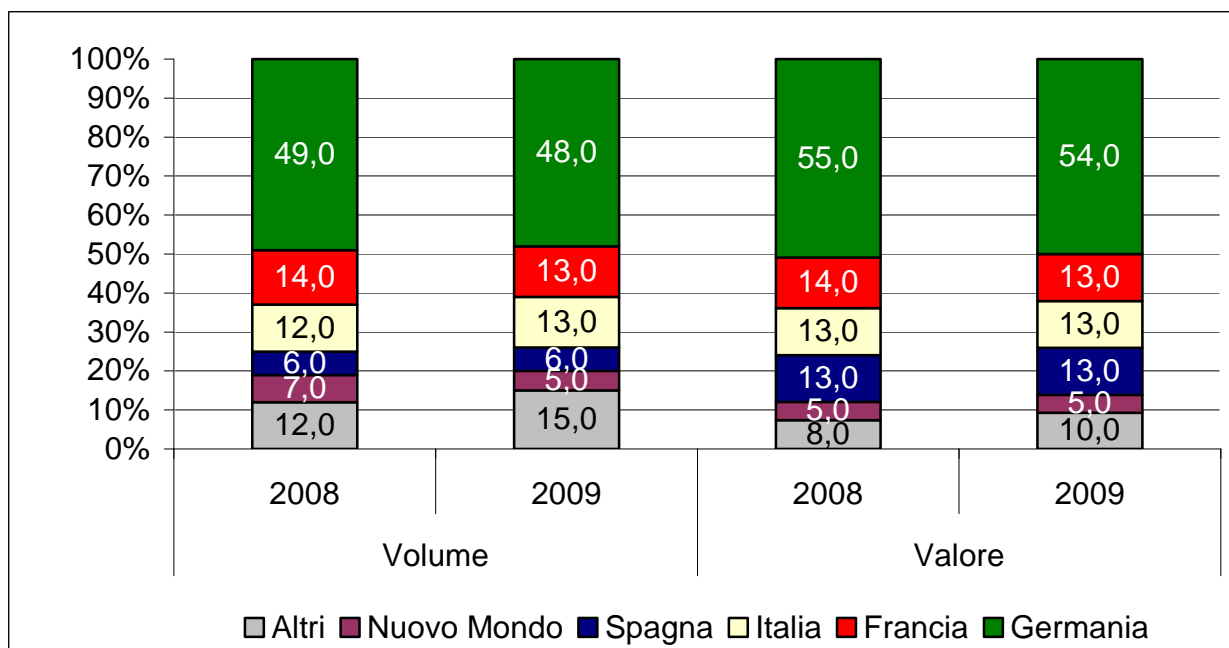
Nel 2010 il mercato dei vini in **Germania** ha registrato una certa stabilità ed un forte orientamento verso la qualità dei prodotti. Rimane allo stesso tempo un mercato molto competitivo. Le vendite in quantità sono diminuite solo del 0,7% rispetto all'anno 2009.

Alcuni dei principali produttori in **Italia** hanno trascurato negli ultimi anni il mercato tedesco, in parte a causa dell'attenzione rivolta verso quelli in crescita, quali Stati Uniti ed Asia. Molti di questi produttori italiani di vino hanno intenzione adesso di ritornare sul mercato tedesco, dove avevano costruito a suo tempo, il loro primo successo all'estero. Il consumatore tedesco si caratterizza per una grande apertura verso tutti i tipi di vino ed è molto attento al prezzo. Malgrado la crisi finanziaria – in confronto con i consumatori di altri Paesi – continua ad acquistare ed a consumare, se è soddisfatto del livello dei prezzi. Considerato che l'**Italia** rispetto alla Francia non è mai stata percepita come un produttore di vini di un prezzo elevato, negli ultimi anni ha visto crescere la sua rilevanza sul mercato locale. In **Germania** il prezzo medio di 1,78 € per una bottiglia di vino rimane abbastanza basso ed **il fatturato** si realizza quindi soprattutto grazie alle quantità vendute. Mentre i volumi di acquisto di vino sono rimasti stabili negli ultimi due anni, il consumatore tedesco consuma in media meno vino fuori casa. Nell'anno 2009 i tedeschi hanno bevuto nel complesso circa 20,3 mln ettolitri di vino.

La tabella mostra le quote di mercato per provenienza. I vini tedeschi sono riusciti a mantenere il loro ruolo dominante nel 2009, sia in valore, sia in quantità subendo però leggere diminuzioni (-1,0% in quantità e -1,0% in valore) L'**Italia** ha raggiunto un aumento del 1% in termini di volume, mentre la quota in valore è rimasta stabile pari al 13%.



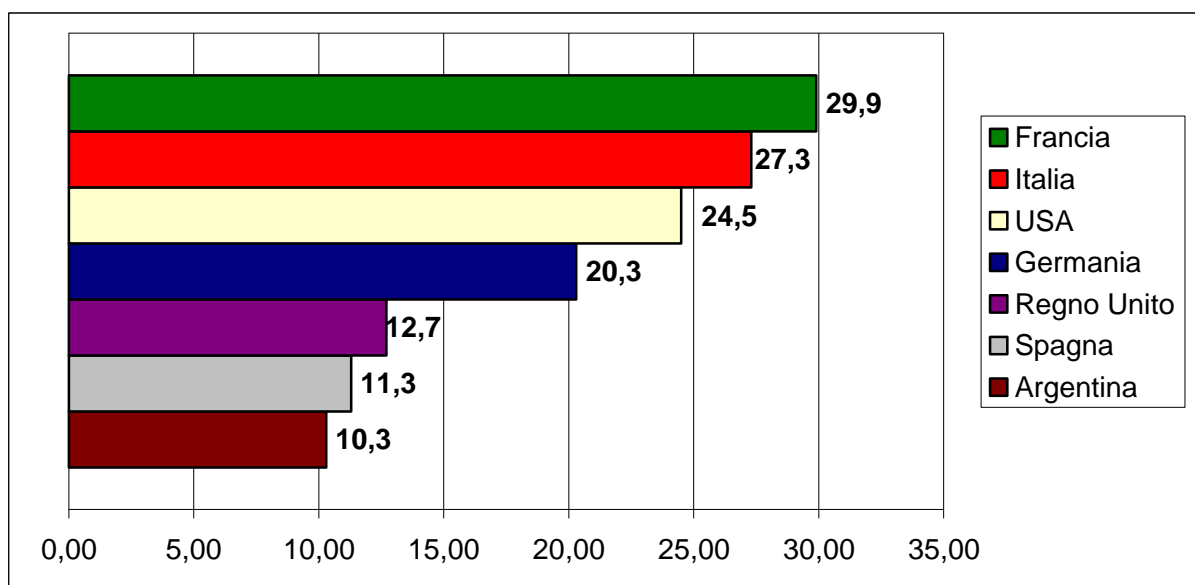
Percentuali di consumo di vino per provenienza



Fonte: DWI, Deutscher Weinmarkt, Newsletter Gennaio 2010, p. 18

La **Germania** con un saldo generale del consumo di vino e spumante di circa 20 milioni di ettolitri si pone al 4° posto nel mondo tra i principali Paesi consumatori, sebbene il consumo interno totale sia sceso nel 2009 del 2,7%.

GERMANIA: 4° mercato mondiale per il consumo di vino 20,3 milioni di ettolitri nel 2009



Fonte: DWI, Deutscher Wein Statistik, Newsletter 2010/2011, p.21



La produzione autoctona concorre, con un volume di 7,4 milioni di hl, al 36% delle quantità di vino posto sul mercato interno, mentre le importazioni con un volume di 13 milioni di hl al restante 64%.

Il boom del vino rosso degli ultimi anni sembra stabilizzarsi. Nel 2009, con una quota del 51% è stato venduto ancora più vino rosso rispetto ai vini bianco e rosè, ma ha comunque perso il 2% di quota di mercato a favore del vino bianco. Il 40% di tutti i vini acquistati si è indirizzato verso i vini bianchi, mentre i vini rosé hanno mantenuto la loro quota del 9% circa. Queste piccole modifiche possono essere dovute a ingenti campagne promozionali da parte dei supermercati e dei discount.

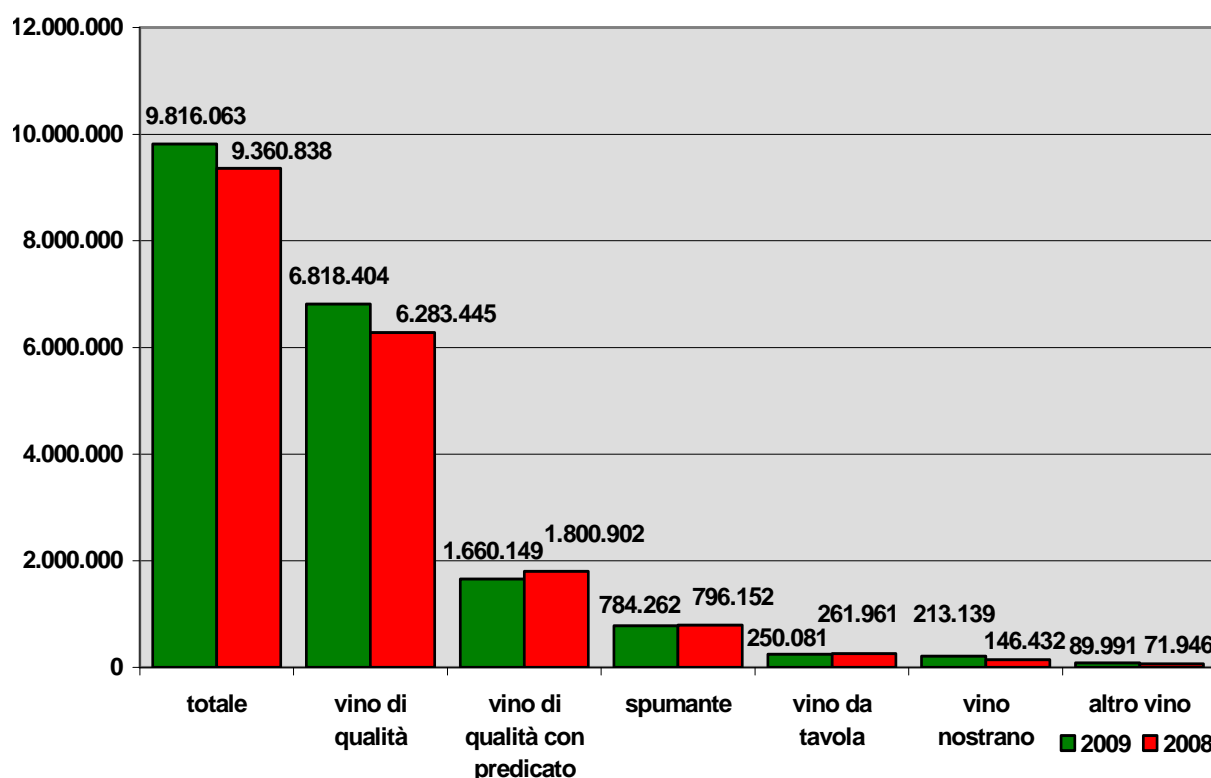
Con 3,2 milioni di hl, esclusi i vini frizzanti, la **Germania** si è confermato inoltre il principale mercato mondiale per gli spumanti. Il consumo di vini frizzanti ha raggiunto 0,7 milioni di hl. Complessivamente spumanti e frizzanti registrano un consumo pro capite di 4,7 litri.



2 Produzione interna

La produzione tedesca di vini ha raggiunto, nel 2010, un volume di 9,4 mln di hl (9,8 mln di hl nel 2009). La viticoltura tedesca è orientata alla produzione di vino di qualità che ha rappresentato nel 2009, il 72,34% della produzione totale con un volume di 6,81 mln di hl (6,28 mln di hl nel 2008). Il segmento dello Spumante è diminuito ed ha raggiunto una produzione di 784.262 hl (796.152 hl nel 2008).

Produzione di vino in Germania 2008/2009



Fonte: Statistisches Bundesamt Deutschland, dicembre 2010

La produzione di vino bianco è ammontata a 5,3 mln di hl registrando una diminuzione del 13,1% rispetto al 2008 (6,1 mln hl). In aumento invece la produzione di vino rosso che ha raggiunto i 4,9 mln di hl (4,1 mln di hl nel 2008).

La superficie vitata complessiva, così come la ripartizione tra le varietà di bianco e rosso in **Germania** è stata abbastanza stabile rispetto agli anni precedenti con un totale di 102.000 ettari nel 2009, dei quali 63,6% destinati al bianco e 36,4% al rosso. La **Germania** occupa il 15° posto a livello mondiale per superficie vitata.



3 Esportazioni di vino tedesco

La **Germania**, dopo i tre più grandi Paesi tradizionali produttori, quali Francia, **Italia** e Spagna è il più importante esportatore di vini d'Europa. Il vino di origine tedesca viene venduto in oltre 100 nazioni e rappresenta il 20% della produzione media nazionale. L'85% in quantità delle esportazioni (84% in valore) si concentra su 10 mercati. La varietà di vino bianco tedesco più richiesta è il Riesling. Complessivamente le esportazioni di vino dalla **Germania** (vino autoctono e riesportazioni) sono ammontate nel 2009 a 3,5 milioni di ettolitri di vino tranquillo (fino a 15% vol.) per un valore di 750 milioni di €. Rispetto all'anno precedente questo significa un calo in quantità del 2,9%.

Nel 2009, la Gran Bretagna ha perso il suo posto come primo Paese consumatore di vini tedeschi, con una diminuzione del volume da 795.450 hl a 660.500 hl (-16,9%), per un valore complessivo di 117 milioni di € (-23,4%). Il primo importatore di vino tedesco sono stati invece i Paesi Bassi che hanno totalizzato un valore complessivo di 117 milioni di € (+15,9%) con un volume di 733.580 hl (+11,3%).

La struttura generale delle esportazioni dei vini tedeschi per tipologia, confezione e qualità si può illustrare come di seguito:

Struttura generale delle esportazioni tedesche di vino nel 2009 (volume)

	Quantità Ettolitri
Totale	2.053.000
Vino di qualità	1.154.000
Altri vini	899.000
Vino in bottiglia	1.812.000
Vino in fusto	242.000
Vino bianco	1.536.000
Vino rosso	517.000

Fonte: DWI, Deutscher Wein Statistik, Newsletter 2010/2011, p.16

Con un decremento di quasi il 6% in volume rispetto al 2008, le esportazioni di vino tedesco, secondo i dati dell'Associazione tedesca degli esportatori di vino, hanno raggiunto nel 2009, i 2.053.000 di hl per un valore di 394 milioni di €. In valore la diminuzione è stata di - 7,8%. Il valore medio del vino tedesco in esportazione è stato pari a 192 €/hl con una diminuzione di 4€/hl.



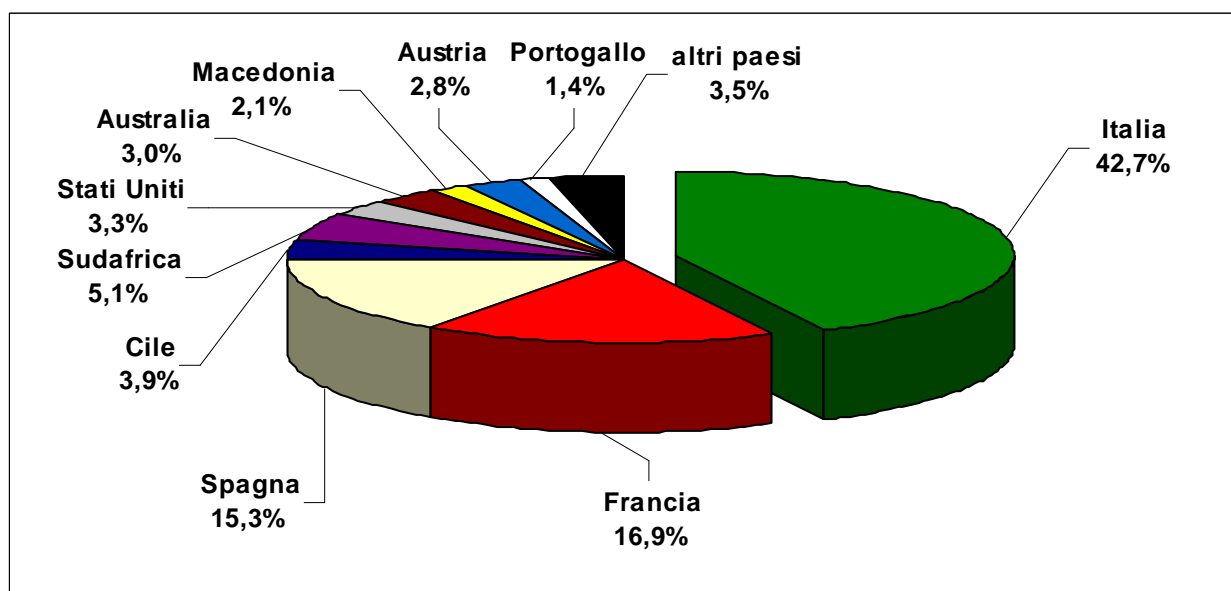
Il 56% dei vini tedeschi esportati appartengono alla categoria dei vini di qualità. L'88% delle esportazioni sono rappresentate da vino in bottiglia. La quota principale (75%) è coperta da vino bianco. Le riesportazioni vengono stimate da 1,2 a 1,5 milioni di hl. 1/5 delle esportazioni in volume sono dirette in Inghilterra, in valore però, la prima posizione è detenuta dagli Stati Uniti. Il prezzo medio del vino tedesco importato dagli USA ha raggiunto il valore di 324 €/hl.

4 Importazioni

Secondo i dati del Global Trade Atlas (Eurostat), nel 2010 le importazioni tedesche di vino sono ammontate, ad un volume di 14,22 milioni di hl (-2,3%) per un valore di 2 miliardi di € (-1,78%). Ben il 42,7% di questo volume è stato fornito dall'**Italia**, la quale ha confermato la sua posizione di leadership nonostante una diminuzione del 1,7% in valore ed un calo del 2,3% in volume. La quantità complessiva importata dall'Italia è ammontata a 6,07 milioni di hl, mentre in valore ha raggiunto i 735,2 milioni di € (nel 2009: 6,32 milioni di hl pari a 765,9 milioni di €).

GERMANIA: Importazioni di vini nel 2010 (in volume) Top 10

Totale = 14.217.620 hl - Italia = 6.071.950 hl (var. 2010/2009 = - 2,3%)

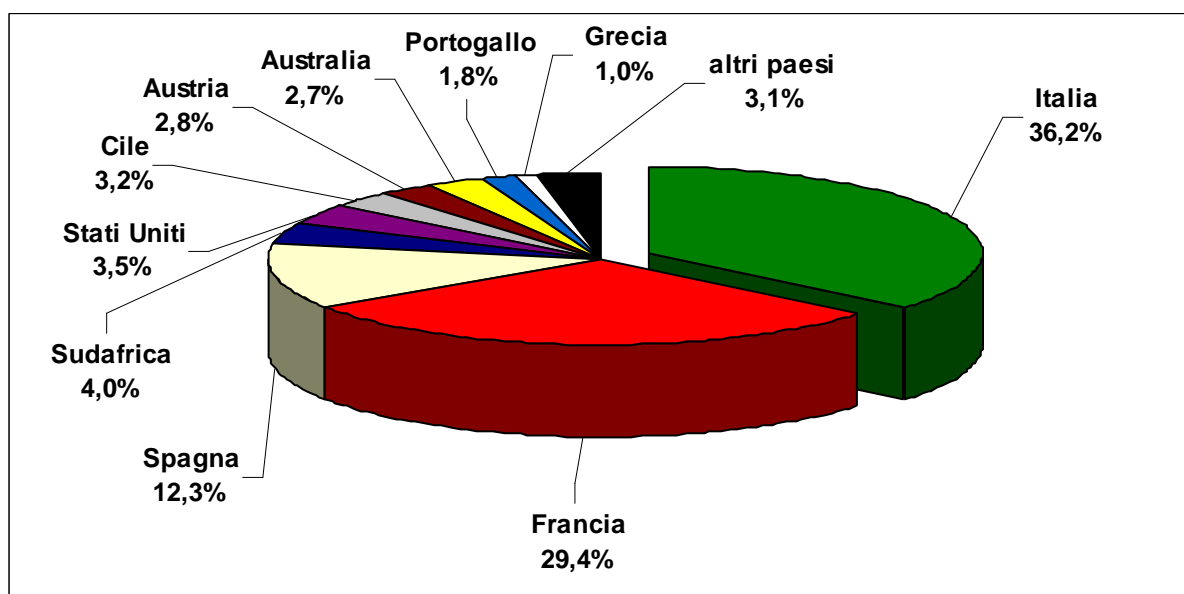


Fonte: Global Trade Atlas (Eurostat)

Al secondo posto, dopo l'**Italia**, troviamo la Francia che con un volume di 2,4 milioni di hl è davanti alla Spagna (2,1 hl). In valore tuttavia la Francia non ha potuto mantenere la sua grande potenzialità in termini di prezzi fatturando complessivamente 597,6 milioni di € con un calo di 1,3% e collocandosi a ridosso dell'**Italia**.

GERMANIA: Importazioni di vini nel 2010 (in valore) Top 10

Totale = 2,032,2 milioni € - Italia = 735,2 milioni € (-1,7%)



Fonte: Global Trade Atlas (Eurostat)

I vini d'oltreoceano meritano una riflessione e un'attenzione particolare, per la loro marcata presenza sul mercato in **Germania**. Solitamente vengono importati sfusi direttamente in Europa e questo incide evidentemente sul prezzo rendendoli competitivi. Nel 2010 il Cile, il Sudafrica, gli Stati Uniti e l'Australia hanno nuovamente guadagnato dei punti rispetto ai tradizionali fornitori Europei, ovvero **Italia**, Francia e Spagna.

Soprattutto l'Australia ha ulteriormente aumentato il volume esportato verso la **Germania** che è ammontato a 423.370 hl (+11,7%). Nel 2010 il valore complessivo totalizzato dall'Australia è stato di 54 milioni di €, pari ad un aumento del 6,1% rispetto al 2009. Il Cile (+9,6%) ed il Sudafrica (+14,6%) hanno registrato un aumento in valore, fornendo vino rispettivamente per un importo di 64,8 milioni di € e 81,9 milioni di €. Gli Stati Uniti che avevano registrato nel 2009 solo un leggero aumento sia in valore, sia in quantità, hanno potuto incrementare ulteriormente nel 2010 il valore complessivo del 27,2% (72,0 milioni di €) e la quantità esportata del 4,6%, fornendo alla **Germania** 468.190 hl.



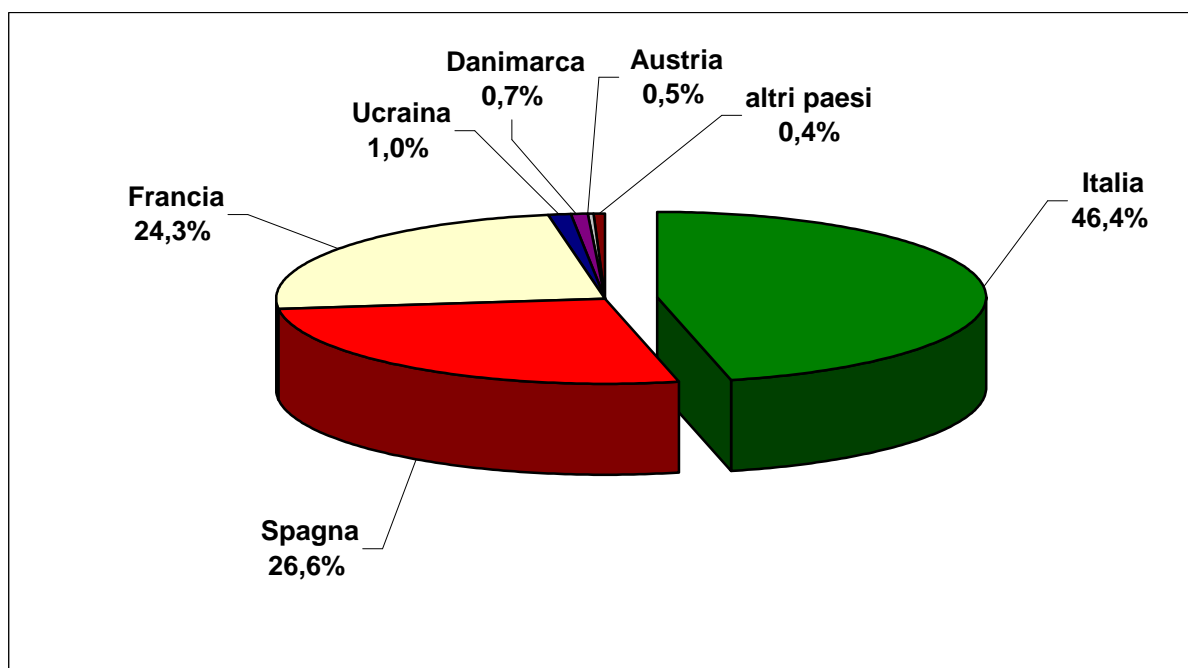
5 Dettaglio delle importazioni per tipologia

5.1 I vini spumante

Le importazioni di vino spumante in **Germania** nel 2009 sono scese in volume dell'8,8% ad un totale di 696.800 hl (763.880 hl nel 2008), ma soprattutto in valore registrando un tracollo del 15,9%.

Il primo fornitore, nel 2009, con un volume di 323.450 hl (+9,3%) è stata l'**Italia**, seguita dalla Spagna, che ha registrato un calo pari al 32,7% raggiungendo i 185.670 hl e dalla Francia con 169.160 hl (-3,3%). Per quanto riguarda le importazioni in valore, l'ordine cambia e la Francia passa al primo posto con 200,3 milioni di € (-20,8%), seguita dall'**Italia** con 84,6 milioni di € (+7,6%) al secondo e dalla Spagna al terzo posto con 50,9 milioni di € (-26,4%).

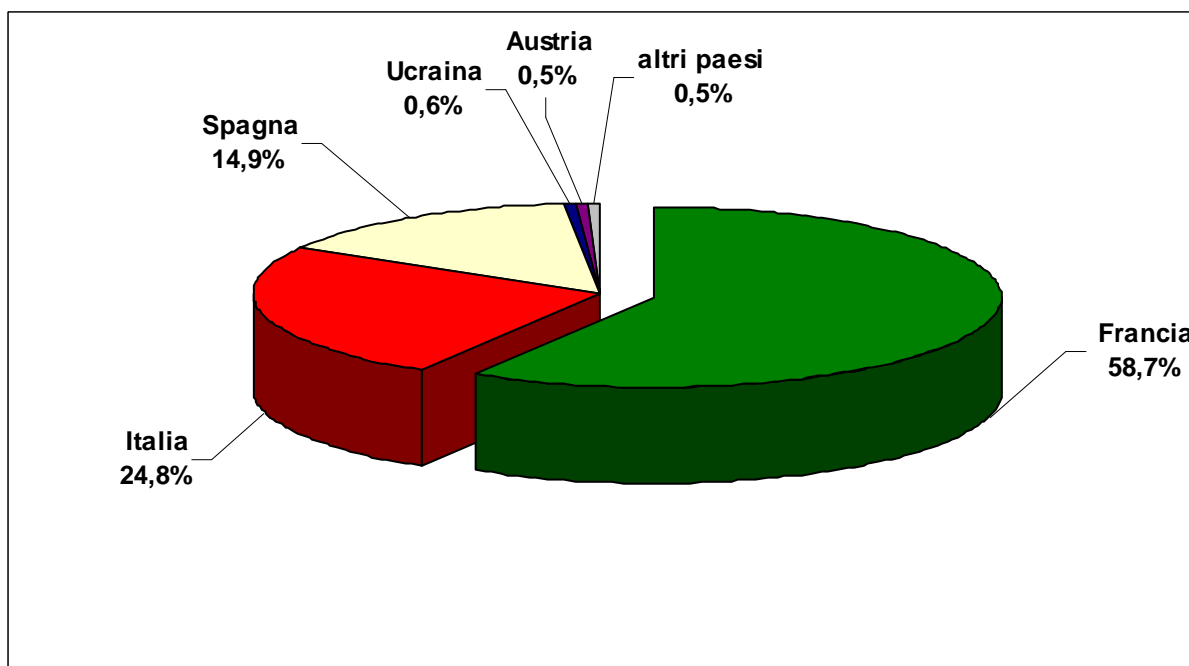
Germania: Importazioni di spumanti nel 2009 (in volume)
Totale = 696,80 mila hl - Italia = 323,45 mila hl (+9,5%)



Fonte: Global Trade Atlas, (Eurostat)



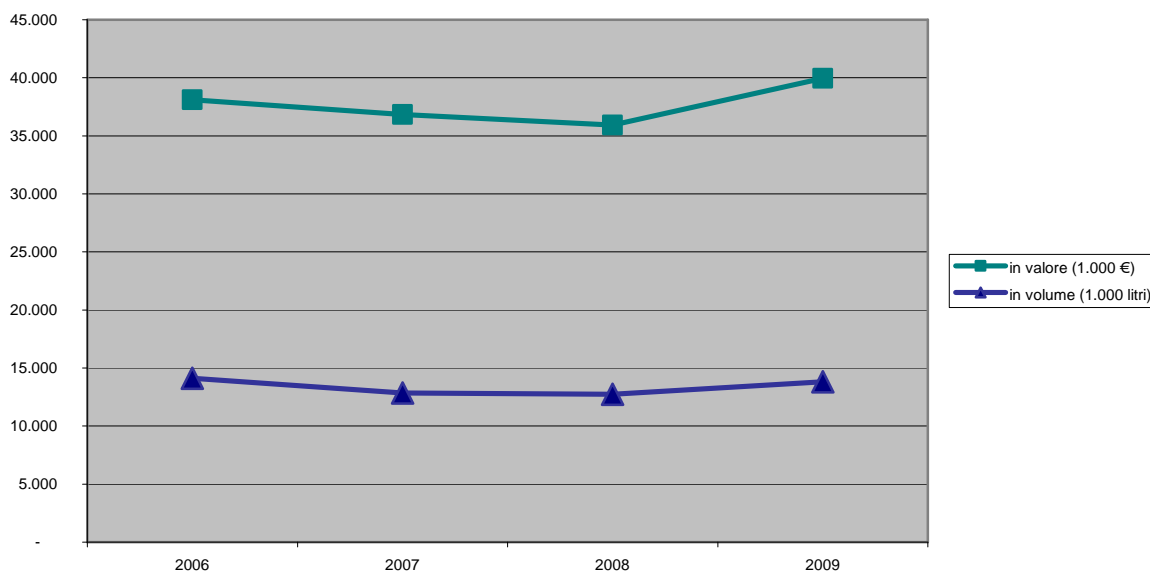
Germania: Importazioni di spumanti nel 2009 (in valore)
Totale = 341,5 milioni di Euro - Italia = 84,6 milioni di Euro



Fonte: Global Trade Atlas, (Eurostat)

Nel 2009, le importazioni di **Asti Spumante** dall'**Italia** hanno raggiunto i 13,8 milioni di litri (+7,0%), per un valore di 40 milioni di € (+9,9%).

Importazioni tedesche d'Asti spumante

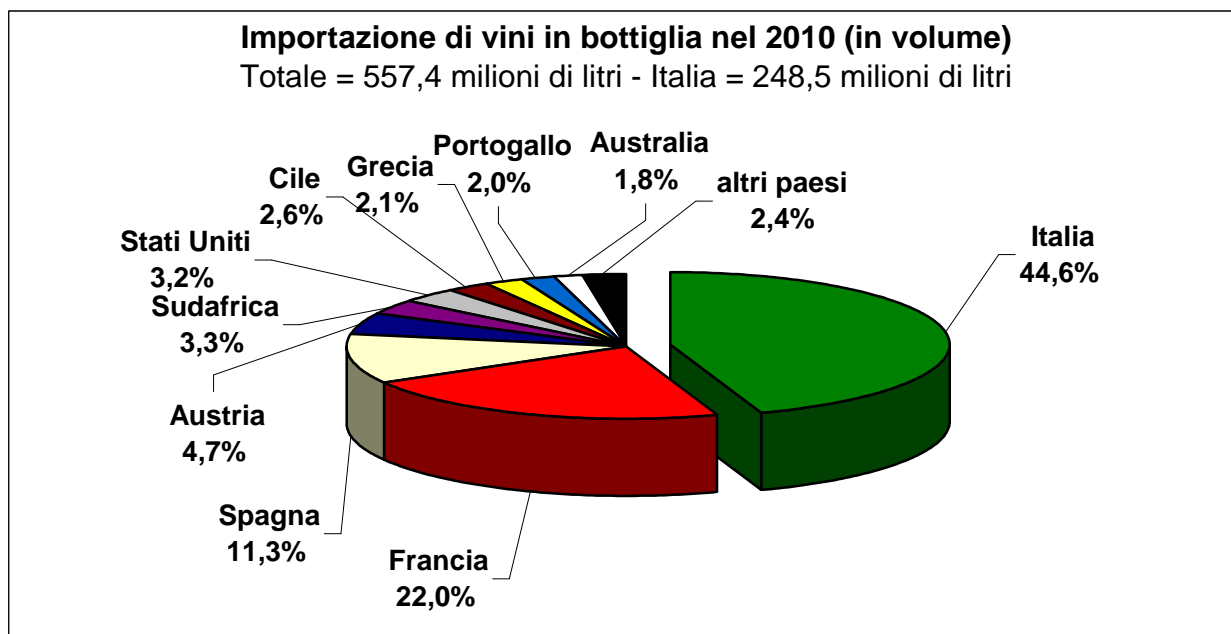


Fonte: Global Trade Atlas.

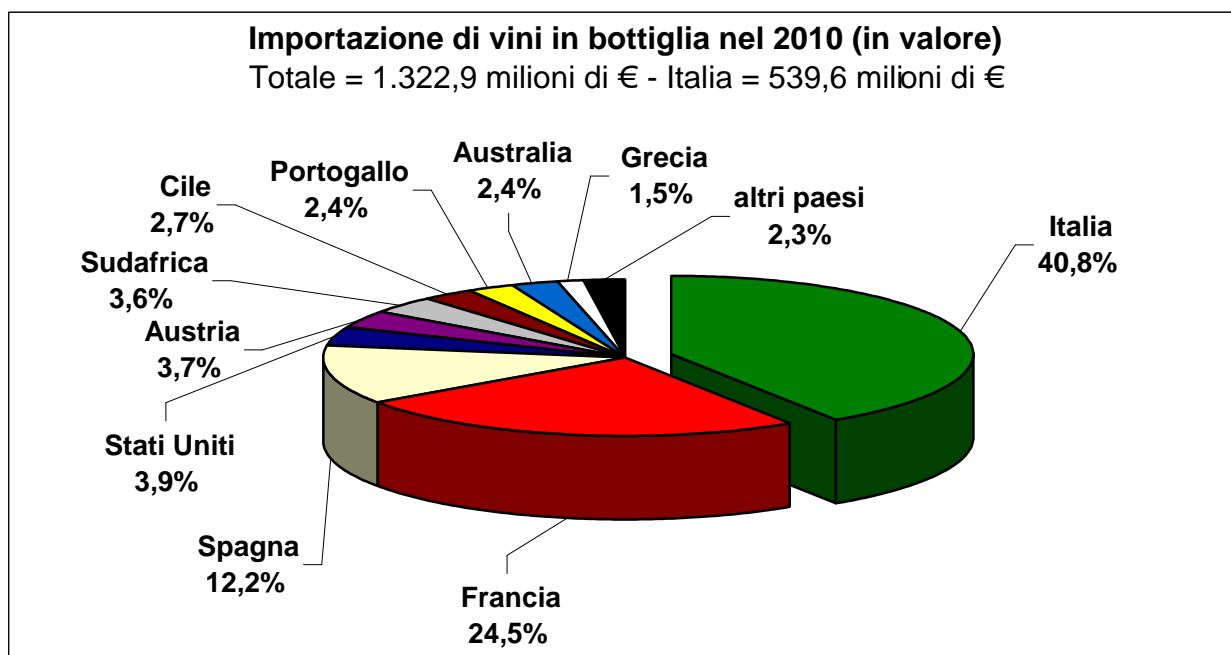


5.2 Importazioni di vini in bottiglia

Nell'ambito di questa voce l'**Italia** è leader di mercato. In quantità, quasi la metà del vino confezionato importato in **Germania** è di origine italiana (44,6% del totale). Mentre in valore, la quota del vino italiano confezionato è pari al 40,8%.



Fonte: Global Trade Atlas, (Eurostat)



Fonte: Global Trade Atlas, (Eurostat)



Le importazioni di vini bianchi di qualità in bottiglia con tasso alcolico minore o uguale a 13% vol, nel 2010, hanno raggiunto un volume di 749.740 hl (-10,4%) per un valore di 174,2 milioni di €. In questo segmento, l'**Italia** si è riconfermata il maggiore fornitore (detiene una quota del 59%), con un volume di 442.040 hl (-13,8%) per un valore di 90,3 milioni di € (-14,0%). Al secondo posto si trova l'Austria che ha fornito alla **Germania** 118.150 hl (+7,8%) per un valore di 21,1 milioni di € (+10,2%), seguita dalla Francia con 109.370 hl (-21,6%) per un importo di 43,1 milioni di € (-6,7%) e dalla Spagna con 44.570 hl (-13,9%) per 11,7 milioni di € (+21,3%).

Esaminando le diverse provenienze regionali per i **vini bianchi**, si osserva che anche nel 2009 il Veneto è rimasto il principale fornitore con un volume di 226.330 hl (+9%) per un valore di 36,4 milioni di € (+6,7%); seguono il Trentino Alto Adige ed il Friuli, con un volume complessivo di 103.480 hl (+6,6%) per un valore di 25,7 milioni di € (+3%).

Per una valutazione più approfondita di questo segmento, è opportuno effettuare una breve analisi dei valori all'importazione per singolo litro in confezioni: si rileva che un litro di vino dal Veneto costa mediamente 1,61 € (-2,2%), dal Trentino, Alto Adige e Friuli 2,49 € (-3,4%), mentre un litro di vino dal Bordeaux ha ottenuto un prezzo medio di 3,94 € (+9,3%).

Le importazioni di **vini rossi di qualità**, con tasso alcolico minore o uguale a 13% vol, in bottiglia, sono rimasti costanti, nel 2010, ad un volume di 1,57 milioni di hl per un valore di 456,4 milioni di € (+14,5%).

Nel 2010, l'**Italia** ha detenuto una quota del 40,2% dei **vini rossi e rosé** con un volume importato di 632.790 hl (+2,5%), per un valore di 178 milioni di € (+14,8%). Segue la Francia, con un volume importato di 452.230 hl (-18,9%) ed un valore di 149,9 milioni di € (-1,2%), poi la Spagna, con un volume di 392.970 hl (+33,0%) ed un valore di 105,6 milioni di € (+51,1%).

Si evidenzia che il valore medio all'importazione di un litro di vino dal Bordeaux è stato pari a 3,94 €. Un litro di vino toscano è costato invece mediamente 3,38 €, pari ad un aumento di prezzo dell'1,4%. I vini veneti sono i più economici con un valore medio all'importazione di 2,1 € al litro (+3,9%).

5.3 I vini da tavola in confezioni inferiori ai 2 lt.

Le importazioni di vini **bianchi** da tavola, in bottiglia, con tasso alcolico minore o uguale a 13% si sono attestate nel 2010 a 430.010 ettolitri, registrando una diminuzione del 35,1%.



Più della metà (59,6%) di questo segmento è in mano all'**Italia**, che fornisce 256.500 (-19,8%) ettolitri per un valore di 46 milioni di € (-15,9%).

La Francia ha sostanzialmente mantenuto la sua seconda posizione con una quota del 22,3% e con un quantitativo di 95.790 ettolitri, che corrisponde ad una diminuzione del 34,2% della quantità (145.510 ettolitri nel 2009) e del 31,0% in valore (19 milioni di €). Seguono l'Austria, con una quota del 6,7% in volume (28.800 hl, pari ad un calo del 6,1%), e la Grecia con una quota in volume del 5,3% (22.680 hl, 3,6 milioni di €). Nell'insieme le importazioni di questo segmento dei vini da tavola bianchi in bottiglia hanno raggiunto nel 2010 un valore di 78,4 milioni di €.

Le importazioni di vini **rossi** e rosè da tavola con tasso alcolico minore o uguale a 13% vol in bottiglia, hanno registrato nel 2010 un calo del 40,8%, attestandosi a 911.850 hl. La Francia ha riconquistato nel 2010 la sua posizione predominante nel segmento a sfavore dell'**Italia** che ha esportato verso la **Germania** 320.630 hl (-54,9%) per un valore di 72,5 milioni di € (+3,6%). La Francia ha esportato una quantità di 431.270 hl (+16,8%) per un valore di 81,9 milioni di €. Segue la Spagna che ha mantenuto la terza posizione in quantità raggiungendo un volume esportato di 68.910 ettolitri (-40,6%) per un valore di 15,1 milioni di € (-25,4%).

5.4 I vini da tavola in confezioni superiori ai 2 lt.

Per questo segmento si riportano i dati del 2009, perché non sono ancora disponibili quelli del 2010. La **Germania** ha importato nel 2009, con tasso alcolico minore o uguale a 13% vol, complessivamente 6,1 milioni di hl di vino sfuso da tavola per un valore di 264 milioni di €, di cui 3,8 milioni di bianco e 2,2 milioni di hl di rosso/rosé. Il valore complessivo si suddivide in 154,8 milioni di € per i vini bianchi e 109,3 milioni di € e per i vini rossi e rosé.

Nel comparto dei vini **bianchi** sfusi l'Italia, con una quota del 56,2% in volume si ritrova al primo posto in quantità davanti alla Spagna ed alla Francia. 4° fornitore significativo di vini bianchi sfusi alla **Germania** risulta il Sudafrica con una quantità di 108.860 hl. Rispetto all'anno 2008, l'**Italia** ha incrementato in questo segmento del 17,9% in quantità, ma in valore, ha registrato una diminuzione del 6,3%.

Anche nel comparto dei **rossi/rosè** l'Italia detiene la prima posizione, seguono la Macedonia e la Francia. In valore l'**Italia** ha diminuito la sua fornitura nel 2009 del 12,8%, mentre per il volume l'incremento è ammontato a +4,7%.

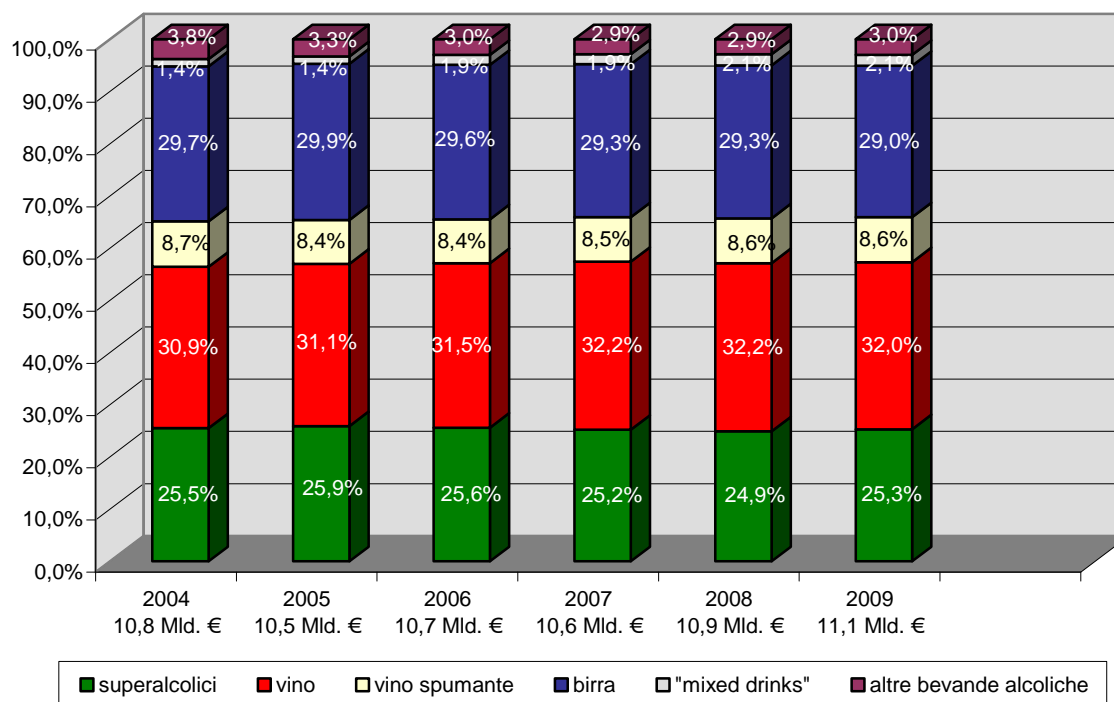


6 Il consumatore tedesco

Nell'anno 2009 i tedeschi hanno consumato un volume complessivo di 20,3 mln di hl di vino. Questo livello di consumi pone la **Germania** al quarto posto tra i mercati del vino più importanti nel mondo. Nel periodo in esame il consumo pro-capite di vino e spumante è rimasto abbastanza stabile con 24,3 litri in confronto ai 24,4 litri del 2008.

In Europa, i francesi e gli italiani hanno tradizionalmente raggiunto un consumo pro capite più alto, arrivando a 53,3 litri e rispettivamente a 46,9 litri pro capite. Una crescita maggiore è prevista però per il consumo sia degli inglesi che dei tedeschi nei prossimi anni. Il nucleo familiare tedesco spende quasi il 41% del budget riservato alle bevande alcoliche per il vino (32,0%) e lo spumante (8,6%). Esaminando la grafica seguente si nota che la ripartizione relativa del budget è rimasta abbastanza uguale tra il 2004 ed il 2009. Per quanto riguarda il budget reale significa invece una riduzione della spesa a causa del drastico aumento dei prezzi dei prodotti agroalimentari in generale negli ultimi anni. Infatti, nel 2009 i consumatori tedeschi hanno diversificato i loro acquisti su vini più economici, dimostrando una marcata sensibilità al prezzo.

Spese per bevande alcoliche per nucleo familiare in % (2004 – 2009)

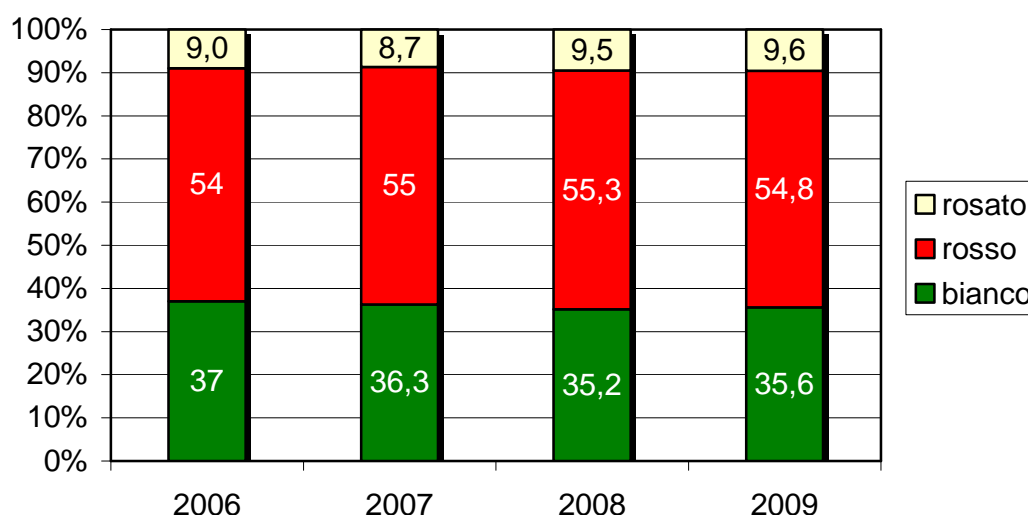


Fonte: Deutsches Weininstitut GmbH, 2010



Nel grafico successivo si evidenziano gli acquisti di vino dei nuclei familiari dal 2006 al 2009 per tipologia di vino. In **Germania** è predominante la propensione al consumo del vino rosso (54,8%). Seguono il vino bianco con 35,6% e il Rosé con 9,6% degli acquisti. Il Rosé è attualmente il vino di trend in **Germania** per particolari momenti conviviali eleganti, che ha mostrato un incremento positivo dell'1,05%. Stabili il vino rosso e bianco che hanno registrato rispettivamente un leggero decremento dello 0,4 % ed aumento dello 0,4%.

Acquisti di vino dei nuclei familiari tedeschi dal 2006 al 2009 (quantità in %)



Fonte: GfK Consumer Scan, 2010

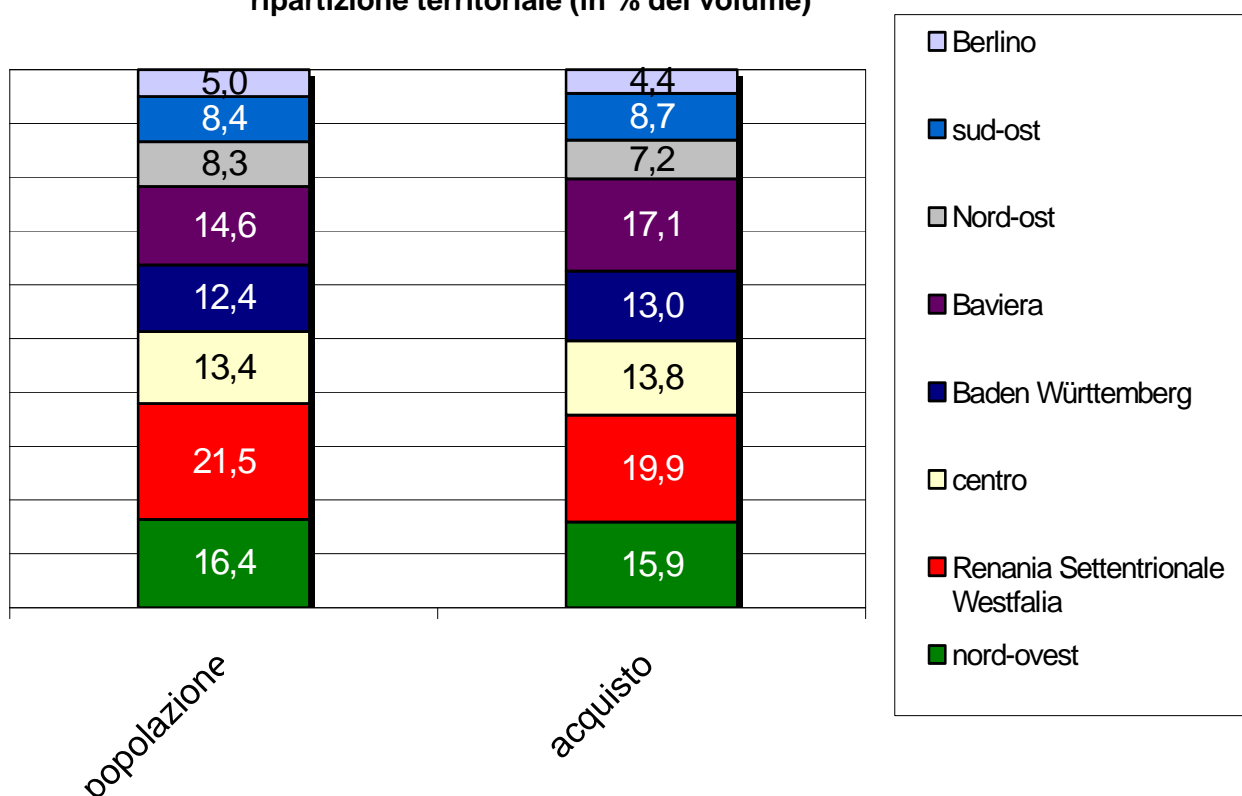
Per quanto riguarda il colore del vino, il consumatore tedesco ha mostrato nel 2009 una tendenza verso il rosé che ha raggiunto una quota del 9,6% (+ 0,9%) del mercato. Stabile con una quota del 54,8% (-0,4%) si è mostrato il vino rosso. Per il vino bianco si è registrato un aumento del 0,4% che ha raggiunto una quota del 35,6%.

Per quanto riguarda la ripartizione geografica si nota, nel grafico che segue, un consumo proporzionalmente più elevato, in funzione della popolazione residente nella **Germania del sud** rispetto alla **Germania del nord**.



In particolare in Baviera tale dimensione è più accentuata: a fronte di una quota di popolazione pari al 14,6% di quella nazionale, il vino acquistato dai nuclei familiari bavaresi è stato pari al 17,1% del totale sull'intero territorio tedesco. Per quanto riguarda **l'ovest della Germania**, la regione che si è contraddistinta è stata la Renania Settentrionale- Vestfalia, con una quota del 19%.

Acquisti del vino dei nuclei familiari secondo ripartizione territoriale (in % del volume)



7 I vini biologici

I consumatori tedeschi sono sempre più attenti all'ecocompatibilità delle loro scelte d'acquisto e numerosi sondaggi registrano una crescente predisposizione all'acquisto di prodotti biologici: lo dimostrano i fatturati crescenti dei bio-supermercati che, soprattutto negli ultimi anni, stanno guadagnando sempre più terreno tra i canali della grande distribuzione tedesca.

Mediamente, i bio-supermercati realizzano con la vendita di vino biologico una quota che va dal 5 al 10% del loro fatturato (la percentuale varia anche in funzione dell'ampiezza dell'assortimento offerto). Ma anche negli altri canali della GDO e nella distribuzione tradizionale è ormai normale trovare una buona gamma di prodotti biologici e un discreto numero di etichette bio anche per il vino.



Il marchio “Bio” si rivela sempre di più un potente strumento di vendita e riesce a far accettare al consumatore, con relativa facilità, il giusto sovrapprezzo per una qualità e una “naturalità” che garantiscano la sicurezza alimentare. Il concetto di vino biologico si lega in modo quasi indissolubile a quello di terroir.

Per questo motivo i consumatori si orientano maggiormente verso vini prodotti in Europa, con già alle spalle una lunga tradizione nella coltivazione di uve biologiche, mentre mostrano ancora una certa reticenza all’acquisto di vini biologici prodotti oltreoceano. In questi ultimi, infatti, i consumatori percepiscono maggiormente la mancanza di legame con il territorio di produzione, oltre a dimostrare delle riserve per i tempi piuttosto lunghi del trasporto, che mettono a rischio il vino se questo è effettivamente privo di “correzioni” enologiche in cantina.

Superfici biologiche nel mondo 2009

	Superfici vitate in ettari	di cui superfici biologiche	quota in %
Spagna	850.000	53.959	6,3
Italia	700.000	43.614	6,2
Francia	843.000	39.146	4,6
Grecia	122.000	4.874	4,0
Germania	102.000	4.700	4,6
Moldavia	100.000	4.327	4,3
Austria	41.000	3.218	7,8
Portogallo	246.000	2.028	0,8
Ungheria	93.000	1.208	1,3

Fonte: Weinwirtschaft, 4. febbraio 2011, pag. 23

In **Germania** la coltivazione dei vini biologici nel 2009 ha coperto una superficie di 4.700 ettari (circa 4,6% sulla superficie vitivinicola totale). L'**Italia** invece ha già una coltivazione di uva biologica di 43.614 ettari e quindi ha preso la seconda posizione dietro alla Spagna che con 53.959 ettari detiene il primato per quanto riguarda la superficie vitivinicola biologica nel mondo, mentre la **Germania** occupa il quinto posto dopo la Spagna, l'Italia, la Francia e la Grecia.

Aumenta sempre di più la superficie occupata dal vino ottenuto da uve coltivate biologicamente negli scaffali del commercio specializzato e della GDO tedeschi ed il consumatore ha oggi l'imbarazzo della scelta. Il consumo di vino biologico in **Germania** è al vertice della qualità ed anche nel periodo della crisi economica la domanda non ha perso la sua dinamica crescente. Il vino biologico viene richiesto sia dai commercianti, sia dai consumatori nella stessa misura come prima della crisi. La curva del volume venduto è sempre orientata verso l'alto.



Il più importante commerciante tedesco di vino biologico, Peter Riegel, ha ottenuto anche nel 2009 un aumento del fatturato (+ 7% nei primi nove mesi). Tale risultato va ascritto soprattutto alle vendite tramite la GDO, in particolare con le catene specializzate Alnatura (53 punti vendita), Denn's (40 punti vendita) e Basic (15 filiali) che offrono un assortimento completo di alimenti biologici.

8 La distribuzione dei vini in Germania

Nel 2009, nonostante la crisi economica e finanziaria, le vendite di vino nella GDO tedesca sono diminuite solo dell'1% in volume. Grazie a questo risultato, la GDO tedesca può essere considerata come un fattore stabilizzante per il settore del vino. Addirittura il fatturato è cresciuto del 2,2%. Il fatturato totale del vino venduto nella GDO (compresi i discount) ha raggiunto, nel 2009, una somma di 2,5 miliardi di Euro. L'impulso più grande è dovuto agli Hard-Discount tedeschi, Aldi, Lidl e Norma. Queste tre catene prese insieme sono riuscite nel 2009 ad alzare la loro percentuale delle vendite nella GDO di un punto percentuale raggiungendo il 40,7%.

Secondo gli esperti, questa percentuale elevata si spiega grazie alla loro distribuzione capillare, che pone problemi di competizione alle altre forme di distribuzione. Indipendentemente dal tipo di canale, continua il trend positivo a favore del vino rosé.

Mentre nel primo semestre 2009 nella GDO è diminuita la quantità di vendite di vino bianco (-0,5%) e vino rosso (-2,4%), è invece cresciuta quella di vino rosé (+9%). Il motivo di questo sviluppo positivo è legato a diverse campagne promozionali realizzate. Con una percentuale dell'8,7% delle vendite, i vini rosé mantengono però un ruolo minore nella GDO tedesca rispetto ai vini bianchi (39,6%) ed ai vini rossi (51,7%).

Tendenze nell'acquisto di vino nella GDO tedesca Cambiamenti rispetto ai trimestri dell'anno precedente

nuclei familiari	4. trimestre/2008	1. trimestre/2009	2. trimestre/2009	3. trimestre/2009
vino in totale	0%	-1%	+2%	-3%
vino tedesco	+1%	-2%	+2%	-1%
vino estero	-2%	-2%	+2%	-3%

Fonte: Deutsches Weininstitut 4/2009

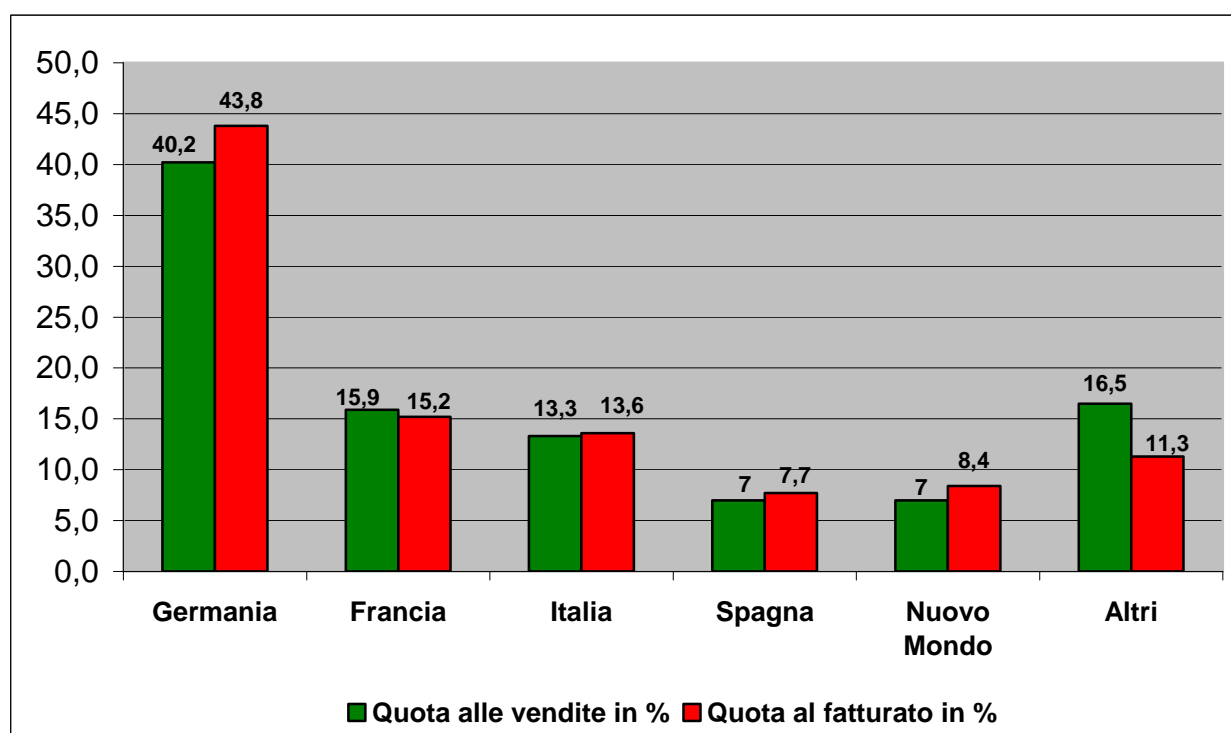


La struttura frammentata del commercio al dettaglio rende possibile un'offerta molto ampia e variegata. Per questa apertura del mercato tedesco ai vini, le soglie di penetrazione sono relativamente basse sia per i produttori tedeschi che stranieri.

La struttura del mercato per l'anno 2009 è così articolata: ai discount spetta il 45% di quota di mercato (6,3 mil. ettolitri), la GDO tradizionale detiene una percentuale del 27% (3,7 mil ettolitri), mentre una quota del 19% (2,6 mil ettolitri) tocca all'acquisto diretto da viticoltori, consorzi e vendita on line.

Particolarmente evidente diventa la differenza tra volume e valore per il commercio specializzato di vino. Il commercio specializzato è responsabile solo per il 9% della quantità acquistata in **Germania**, ma intercetta il 20% della spesa dei nuclei familiari per il consumo domestico di vino (pari a 0,96 miliardi di Euro).

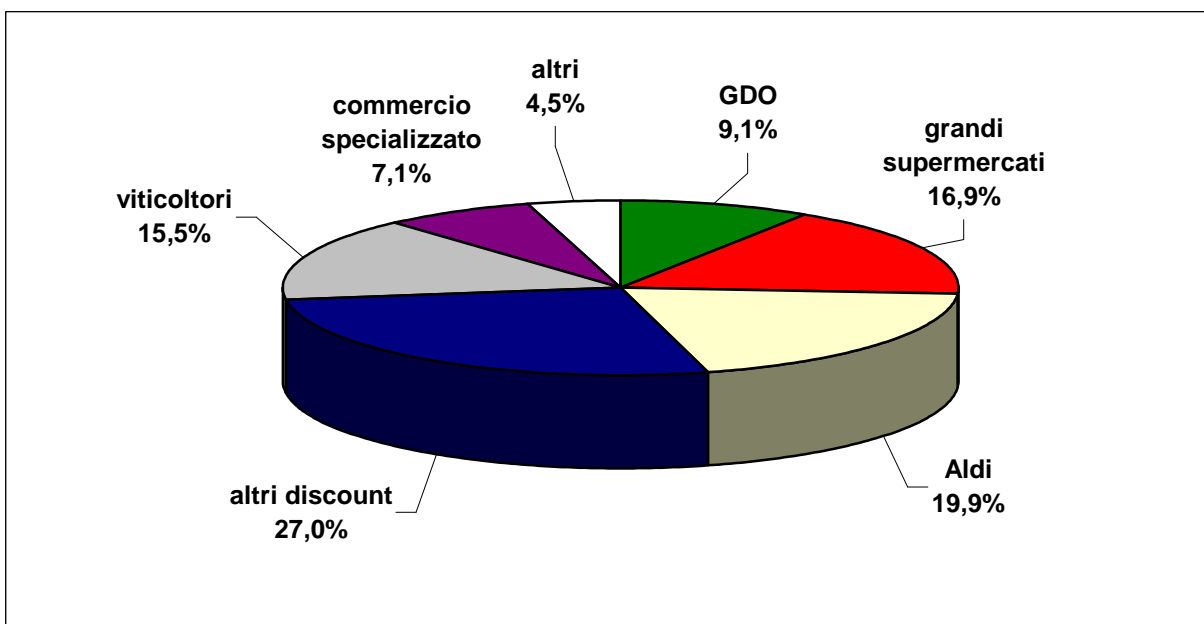
GDO: quote delle vendite in quantità ed in valore per Paese di origine nel 2009



Fonte: Wein + Markt, marzo 2009

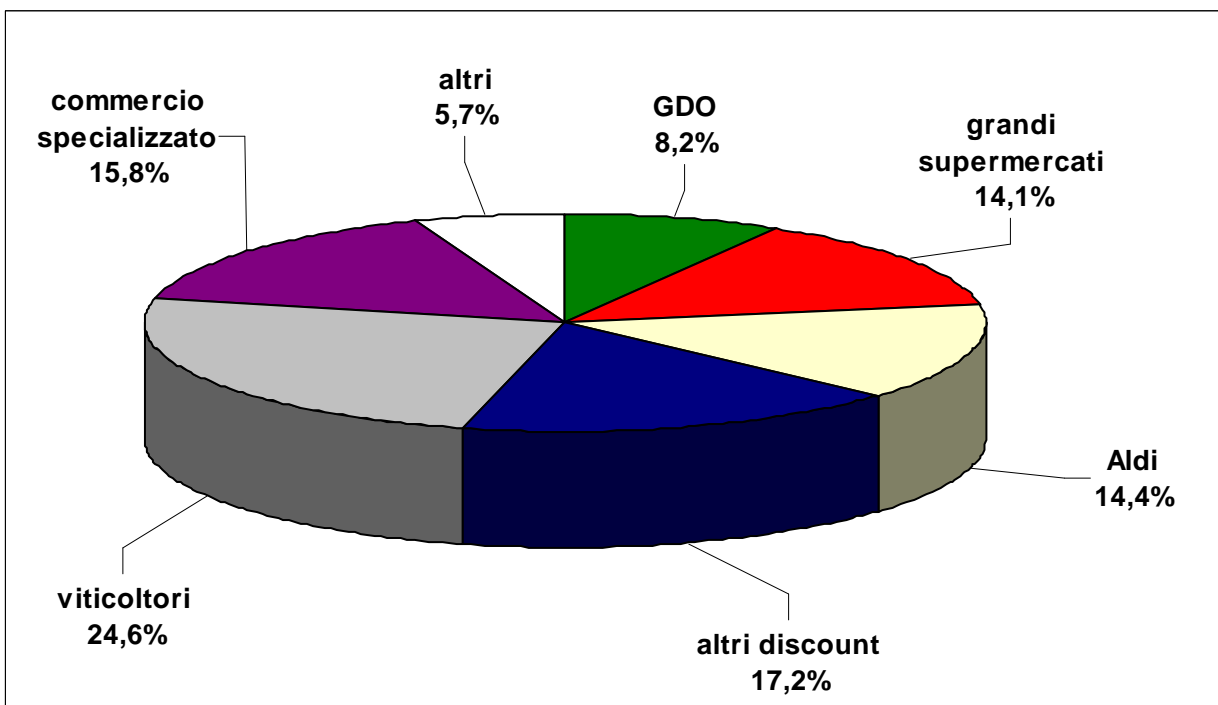
La quota di fatturato del vino tedesco ammonta al 43,8% (-0,5%), seguita dai vini francesi con il 15,2% (+2,7%), dagli italiani con il 13,6% (-2,6%) e con il 7,7% (+8,5%) dai vini spagnoli. In termini quantitativi le quote si ripartiscono come di seguito: al primo posto la **Germania** con una quota del 40,2% (-2,2%), seguita dalla Francia con il 15,9% (+2,5%), l'**Italia** con il 13,3% (+0,2%) e la Spagna con il 7,0% (+7,7%).

Vendite di vino in volume in % per tipologia di POS nel 2009



Fonte: Weinwirtschaft 2/2010, pag. 16

Vendite di vino in valore in % per tipologia di POS nel 2009



Fonte: Weinwirtschaft 2/2010



I due grafici precedenti dimostrano il ruolo dominante dei discount sul mercato tedesco, sia in valore, sia in quantità delle vendite di vino. Aldi e gli altri discount detengono insieme una percentuale del 46,9% in volume e 31,6% in valore. Il 24,6% delle vendite complessive (in valore) viene invece effettuato attraverso il canale diretto dei viticoltori.

Il mercato tedesco dei vini (off-trade, supermercati e discount)

	2004 (gen-sett)	2005 (gen-sett)	2006 (gen-sett)	2007 (gen-sett)	2008 (gen-sett)	2009 (gen-sett)
% di acquisto dei nuclei familiari	57,9	56,3	55	56,3	53,3	53,1
volume di vino per nucleo familiare in litri	31,6	33,1	34,3	34,6	34,6	35,3
prezzo medio in € per 0.75 litri	1,76	1,7	1,73	1,74	1,83	1,88

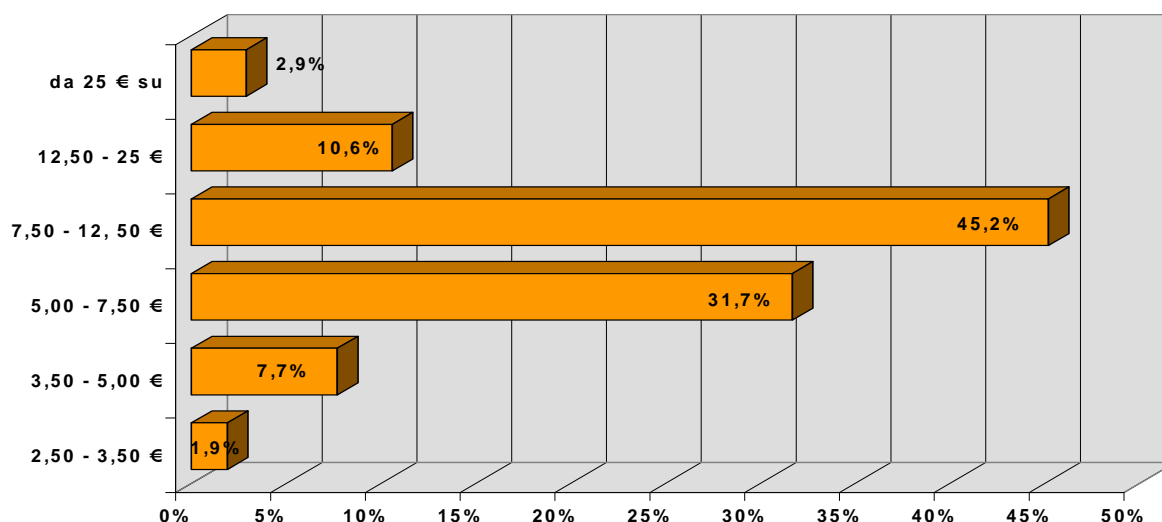
Fonte: Meininger's Wine Business International, Vol. IV., Issue 6, p. 40

La tabella illustra lo sviluppo del commercio di vino nei supermercati e presso i discount tedeschi dal 2004 al 2009, nel periodo gennaio / settembre. Si nota una tendenza negativa, nel medio periodo, della percentuale di acquisto dei nuclei familiari che comprano del vino. Dal 2004 la riduzione della quota percentuale è stata pari a 3 punti percentuali. In termini di volume si osserva un trend opposto: si registra un aumento dal 31,6% nel 2004 al 35,3% per il 2009 del volume degli acquisti di vino. Per quanto riguarda i prezzi si nota un aumento dall'anno 2006. Il prezzo medio pagato per una bottiglia di vino in un supermercato tedesco e discount è ammontato nel 2009 a € 1,88.

9 Commercio Specializzato

Esaminando la tabella successiva si constata una tendenza dei consumatori nei loro acquisti verso i vini di categorie più elevate nelle enoteche. Secondo il 40% di oltre 100 commercianti di vino intervistati dalla MacRom nel 2009, i vini da 7,50 a 12,50 € nel 2008 hanno registrato la crescita più consistente (+42,5%). Questo ruolo trainante spettava negli anni precedenti invece ai vini della classe di prezzo da 5 a 7 €. La gran parte degli intervistati (45,2%) considera i vini della classe di prezzo da 7,50 a 12,50 €, come il segmento determinante per il mercato del commercio di vino specializzato. Il commercio del vino del canale specializzato sembra quindi concentrarsi ulteriormente nelle fasce di merce pregiata.

Commercio Specializzato: vendite per fascia di prezzo quote in %



Fonte: Wein + Markt, marzo 2009

10 Trend

I dati del 2010 confermano la posizione forte dell'**Italia** come primo fornitore di vini per la **Germania** con una quota d'importazione in quantità del 42,7% e del 36,2% in valore. Sebbene le importazioni tedesche di vino italiano siano diminuite del 4,0% ad un volume complessivo che ha superato i 6,071 milioni di hl., i produttori italiani hanno saputo ridurre i loro margini di profitto. Nel 2010 il valore medio all'importazione è stato di 121€/hl.



Dopo anni di stagnazione dal 2006 le importazioni di vino italiano in **Germania** hanno conosciuto crescenti successi in senso generale e anche in termini di valore unitario. Il prezzo non è più l'unico criterio d'acquisto per il consumatore tedesco.

L'**Italia** è ancora la nazione europea più affascinante per i tedeschi. Fondamentale è la presenza della gastronomia italiana che come cucina etnica con i suoi vini è la più diffusa ed apprezzata qualitativamente in tutto il Paese. Le potenzialità di questo canale sono tuttavia ancora, a causa di ricarichi eccessivi, non adeguatamente sfruttate.

Il trend degli ultimi anni ha mostrato che una percentuale crescente dei consumatori tedeschi è disposta a pagare un prezzo più alto per un vino di qualità. Questo trend si è sviluppato in particolare grazie al boom del biologico – un settore dove in generale i prezzi elevati sono più accettati. I discount continuano ad essere i luoghi d'acquisto preferiti dai tedeschi per i vini grazie al favorevole rapporto qualità/prezzo sia per i vini economici, ma ora anche per i vini ad un prezzo elevato.

La competitività del mercato tedesco è in tutti settori assoluta, ne è prova la crescita dei discount. Per essere vincenti bisogna accettare di confrontarsi con questa realtà fortemente aggressiva, scegliendo precisamente il canale commerciale su cui posizionarsi. Tra la grande distribuzione ed il mercato tradizionale, infatti, esiste una completa incompatibilità.

La scelta del partner commerciale per la distribuzione in **Germania** deve tener conto della propria capacità di rifornimento e di seguire il prodotto anche nella fase finale di vendita.



11 Fonti

Allgemeine Hotel- und Gastronomie-Zeitung bioPress, Nr. 59/2009	www.ahgz.de
Deutsches Weininstitut GmbH	www.deutscheweine.de
Ecovin – Bundesverband Ökologischer Weinbau	www.ecovin.org
Eurostat	ec.europa.eu/eurostat
Global Trade Atlas	www.gtis.com
ISTAT	www.istat.it
Rheinland-Pfalz, Newsletter 6/2009	www.weinmarketing.rlp.de
Lebensmittelzeitung Direkt	www.lz-net.de
Meininger's Wine Business International Volume IV, Issue 6, December 2009	
Organisation Internationale de la Vigne et du Vin	www.oiv.int
Rheinland Pfalz Bank	www.RLP-Bank.de
Statistisches Bundesamt Deutschland	www.destatis.de
Verband Deutscher Weinexporteure	www.vdw-weinexport.de
Wein + Markt	www.wein-und-markt.de
Weinwirtschaft	www.weinwirtschaft.de

Gruppo di lavoro

Sezione Agroalimentare

Ufficio ICE di Düsseldorf

Andreas Kruszyn – elaborazione statistiche

Salvatore Anicito – ricerca, redazione testi ed elaborazioni grafiche

Simona Bernardini – supervisione tecnica

Düsseldorf, 11 marzo 2011



Appendice statistica

Importazioni tedesche di						
Vini di uve fresche*						
1000 litri						
	2006	2007	2008	2009	09/08	2010**
Totale	1.329.633	1.418.522	1.407.547	1.455.189	3,4%	1.421.762
1 Italia	584.520	595.801	585.725	632.629	8,0%	607.195
2 Francia	230.186	238.349	239.302	235.791	-1,5%	240.236
3 Spagna	206.674	228.407	241.149	212.362	-11,9%	217.744
4 Cile	45.313	62.727	54.866	51.736	-5,7%	55.475
5 Sudafrica	38.350	57.717	68.050	70.993	4,3%	72.985
6 Stati Uniti	46.494	46.318	43.892	44.782	2,0%	46.819
7 Australia	39.791	45.195	30.311	37.887	25,0%	42.337
8 Macedonia	34.338	37.957	35.123	38.441	9,4%	29.827
9 Austria	30.630	35.116	36.679	43.320	18,1%	39.380
10 Portogallo	13.664	14.944	18.304	17.846	-2,5%	19.356
altri paesi	59.673	55.991	54.146	69.402	28,2%	50.408
Quota dell'Italia	44,0%	42,0%	41,6%	43,5%		42,7%

Fonte: GTA (Eurostat), dati della dogana; numero NC8: 220410, 220421, 220429

* senza mosti di uva

** dati provvisori

Importazioni tedesche di						
Vini di uve fresche*						
1.000 €						
	2006	2007	2008	2009	09/08	2010**
Totale	1.897.844	1.967.832	2.150.641	2.068.366	-3,8%	2.032.182
1 Italia	639.023	698.903	772.742	765.945	-0,9%	735.178
2 Francia	584.230	583.990	672.542	605.705	-9,9%	597.622
3 Spagna	284.724	269.519	290.120	254.770	-12,2%	249.308
4 Sudafrica	56.145	66.941	70.879	71.577	1,0%	81.992
5 Stati Uniti	66.239	61.582	56.037	56.601	1,0%	72.003
6 Cile	57.742	66.854	57.165	59.121	3,4%	64.810
7 Austria	34.007	42.411	51.357	56.453	9,9%	57.300
8 Australia	61.959	59.087	49.099	51.280	4,4%	54.397
9 Portogallo	26.703	28.197	37.274	36.392	-2,4%	36.111
10 Grecia	18.157	18.720	23.055	23.145	0,4%	20.437
altri paesi	68.915	71.628	70.371	87.377	24,2%	63.024
Quota dell'Italia	33,7%	35,5%	35,9%	37,0%		36,2%

Fonte: GTA (Eurostat), dati della dogana; numero NC8: 220410, 220421, 220429

* senza mosti di uva

** dati provvisori



Struttura delle importazioni tedesche di vino dall'Italia

Vini di uve fresche*

1000 litri

		2006	2007	2008	2009	09/08	2010**	quota
Totale		584.520	595.801	585.725	632.629	8,0%	607.195	100,0%
Vini sfusi	220429	303.077	307.726	269.562	305.118	13,2%	326.795	53,8%
di cui:								
Vini da tavola bianchi	2204 2962-2965	221.965	224.484	183.870	216.894	18,0%	n.d.	
Vini da tavola rossi e rosè	2204 2971-2975	70.914	70.913	72.647	76.085	4,7%	n.d.	
Vini in bottiglia	220421	242.512	257.470	286.569	295.166	3,0%	248.548	40,9%
di cui:								
Vini v.q.p.r.d. rosè e rossi	22042142-2178	81.152	80.041	66.404	61.741	-7,0%	63.279	
Vini v.q.p.r.d. bianchi	22042111-2138	47.992	47.962	49.307	51.254	3,9%	44.204	
Vini da tavola* rossi e rosè	22042180	29.920	35.395	63.092	71.154	12,8%	32.063	
Vini da tavola* bianchi	22042179	26.236	25.639	32.657	31.982	-2,1%	25.650	
Vini Spumanti	220410	38.931	30.605	29.594	32.345	9,3%	31.852	5,2%
da cui:								
Asti Spumante	22041091	14.113	12.848	12.911	13.848	7,3%	13.845	

Fonte: GTA (Eurostat), dati della dogana; numero NC8: 220410, 220421, 220429

* senza mosti di uva

** dati provvisori