



Wine Meridian

Read It, Taste It

Italian daily news for key players and wine lovers

di: Michele Shah

Prezzo e attenzione al consumatore: i punti chiave per vendere vino in Germania

Intervista a Jens Priewe, giornalista ed esperto del settore enogastronomico tedesco.



Siamo alle porte di Prowein e si stanno per accendere nuovamente i riflettori sul mercato tedesco. Cosa è cambiato in un anno? Quali sono gli elementi da considerare quando ci si avvicina a questo grande mercato mondiale? La Germania si conferma essere un mercato vinicolo molto variegato, così come lo sono i gusti dei consumatori. Molto attenti al prezzo, i tedeschi prediligono vini appartenenti ad una fascia bassa e facilmente acquistabili nei supermercati e nei discount. Ma prima di vendere vino in Germania, il produttore deve riuscire a comprendere a quale tipo di consumatore rivolgersi per adattare al meglio il proprio portfolio. È quanto è emerso dall'intervista con Jens Priewe, esperto giornalista del settore enogastronomico tedesco.



Quali sono i vini italiani che si vendono meglio in Germania?

Senza dubbio i vini che vanno per la maggiore sono alcuni bianchi prodotti nel Nord Italia come il Prosecco, il Pinot Grigio e il Lugana, e sono altrettanto graditi vini rossi della Sicilia, in particolare il Nero d'Avola, e della Puglia, come il Primitivo.

Quali altri vini stanno entrando a far parte del vostro mercato?

Sono vari i vini che piano piano si stanno affermando in Germania. Si passa dal Ripasso Valpolicella, al Cannonau che si dice sia ottimo contro il colesterolo, oppure all'IGT Rosso Toscana. Anche i DOC Sicilia sono apprezzati perché sono tutti vini meno costosi e più facili da capire anche per i meno esperti. Il Pecorino marchigiano comincia ad essere conosciuto perché alcuni importatori ne spingono la vendita, mentre il Franciacorta è molto apprezzato perché è buono come lo Champagne.

In che fascia di prezzo vengono maggiormente venduti i vini in Germania?

Il 90% dei vini, sia bianchi che rossi, vengono venduti nei negozi al dettaglio ad un prezzo inferiore ai 9 euro, con una media di 2,71 Euro.

Qual è il modo migliore per promuovere il vino italiano nel vostro mercato?

Essere presenti nel nostro mercato, viaggiare molto, parlare inglese o tedesco e studiare le relazioni dei ricercatori di mercato. È molto importante non mancare di rispetto a supermercati e discount, sono quelli che si daranno da fare nei futuri mercati, e alcuni di loro sono abbastanza aperti ai vini di qualità.

Qualche commento sulle etichette dei vini italiani?

L'etichetta è estremamente importante. Non bisogna sovraccaricare l'etichetta con le indicazioni geografiche. Less is more.

Dalla sua esperienza cosa suggerirebbe ai produttori italiani per promuovere i loro vini?

I produttori non devono pensare che i consumatori bevano ciò che loro vogliono. Dovrebbero fare una ricerca su cosa piace maggiormente ai consumatori di un determinato Paese e poi adattare il proprio portfolio ai requisiti di quel mercato.

Una falsa credenza è pensare che i consumatori bevano sempre vini costosi perché la Germania è un Paese "ricco". C'è molta meno richiesta di top wines di quello che si pensa. Viviamo in un periodo di sovrapproduzione di vini di qualità, rossi in particolare, e il divario



tra domanda e offerta è sempre più grande. Infine, a causa degli elevati prezzi dei ristoranti, l'80% del consumo di vino avviene in casa. Quindi, se si vuole vendere bisogna cercare i migliori rivenditori e non i migliori ristoratori.

Passando allo specifico di alcune Regioni italiane, come sono considerati i vini di...

Piemonte: Nei supermercati il vino maggiormente venduto è l'Asti, mentre tra gli intenditori sono l'Arneis e il Barbera d'Asti. Rispetto a 20 anni fa Gavi e Barolo o Barbaresco hanno perso quote nel mercato. Ormai il Barolo è diventato un vino di nicchia ma coloro che lo amano, non esitano a pagare un prezzo più alto per averlo.

Emilia Romagna, Lambrusco: La Germania non è mai stata un grande mercato per il Lambrusco. Solo di recente, alcuni importatori cercano di promuoverlo, ma sono ancora pochi.

Toscana: Nei primi anni Novanta, la Germania era il mercato numero uno a livello mondiale nell'importazione del Chianti Classico e del Brunello. Oggi raggiungiamo la terza o addirittura la quarta posizione. Il Brunello ha un buon fermo immagine, ma è ampiamente considerato troppo costoso. Il Chianti Classico è ancora apprezzato dagli amanti della Toscana, anche se scelgono vini a 5 euro a bottiglia.

Veneto: Il Prosecco DOC continua ad essere l'eccellenza maggiormente apprezzata dai tedeschi, che sono degli amanti delle bollicine. Il Ripasso è considerato il sostituto dell'Amarone, ma il nuovo stile Amarone (più secco e salutare, con un gusto di frutti rossi) sembra piacere molto ad un piccolo gruppo di consumatori. Riscoprono, così, questo vino dopo averlo abbandonato alla fine degli anni Ottanta. Il Soave non è più un grande rivenditore sul mercato tedesco, mentre sta crescendo il Custoza.

Marche: Il Rosso Piceno è ampiamente distribuito perché offre una buona qualità -prezzo. Dato il grande successo del Riesling in Germania, tutti i bianchi italiani soffrono, compreso il Verdicchio.

Sicilia: Il Nero d'Avola ha risultati magici, anche se è di qualità mediocre.