vinetur

Nel terzo trimestre i vini tedeschi hanno tenuto meglio del mercato interno in contrazione, afferma l’associazione di settore

L’analisi di NielsenIQ segnala un raro risultato positivo per i produttori nazionali, ma l’istituto non ha diffuso dati dettagliati

mercoledì 11 novembre 2026



Mercoledì 11 novembre, il Deutsches Weininstitut ha dichiarato che nel terzo trimestre del 2026 i vini tedeschi hanno registrato risultati migliori rispetto al mercato vinicolo nel suo complesso, offrendo un raro segnale positivo in un mercato che continua a contrarsi.

L'istituto, noto con la sigla tedesca DWI, ha spiegato che il dato emerge da un'analisi commissionata a NielsenIQ. Secondo l'istituto, nel terzo trimestre i vini tedeschi hanno seguito un andamento più favorevole rispetto al mercato vinicolo nazionale nel suo complesso, che resta in calo.

L'annuncio segnala un cambiamento in un contesto difficile per la vendita al dettaglio. Le vendite di vino in Germania sono sotto pressione e il DWI ha presentato l'ultima rilevazione trimestrale come un segnale positivo per i produttori nazionali, mentre il mercato più ampio continua a indebolirsi. Il materiale pubblicato sul sito dell'istituto non riportava i dati dettagliati sulle vendite o sui volumi alla base della valutazione, quindi non era subito chiara l'entità del divario tra i vini tedeschi e il mercato complessivo.

Anche senza i dati completi, il messaggio è importante perché suggerisce che i produttori tedeschi potrebbero mantenere le proprie posizioni meglio dei concorrenti in un mercato affollato. In Germania i vini nazionali competono direttamente con le etichette d'importazione nei supermercati, nelle catene discount, nei negozi specializzati e nel canale della ristorazione. Se i vini locali continueranno a perdere meno terreno rispetto al mercato nel suo complesso, questo potrebbe influire sulle scelte di assortimento di rivenditori e distributori, sul posizionamento dei vini stranieri da parte degli importatori e sulla destinazione degli investimenti promozionali dei produttori nei prossimi mesi.

La questione interessa l'intero settore delle bevande, non soltanto le cantine. Un divario persistente tra i vini tedeschi e il mercato vinicolo complessivo potrebbe influire sulle decisioni relative allo spazio a scaffale, alle campagne promozionali, alle strategie di prezzo e alla gestione delle scorte. Importatori, grossisti e rivenditori specializzati seguiranno con attenzione l'andamento per capire se la tendenza del terzo trimestre proseguirà nel commercio di fine anno e nei primi mesi del 2027.

Il DWI è il principale organismo di promozione del vino tedesco e il fatto che abbia commissionato l'analisi a NielsenIQ costituisce un elemento di contesto rilevante per l'annuncio. La dichiarazione dell'istituto riflette una lettura delle condizioni di mercato sostenuta dal settore, sebbene la fonte dei dati sia una grande società di misurazione dei consumi e della vendita al dettaglio. In mancanza di una pubblicazione più completa, non è stato possibile valutare in modo indipendente quali segmenti abbiano trainato i risultati migliori dei vini tedeschi, per esempio le bottiglie di fascia d'ingresso, i vini premium, specifici canali di vendita o i marchi regionali.

Sul suo sito l'istituto inserisce l'aggiornamento sul mercato in una presentazione più ampia del settore vinicolo tedesco. Vi si legge che nel mondo esistono circa 10.700 varietà di uva e che 132 varietà provengono dalla Germania. Il sito mette inoltre in evidenza le 13 regioni viticole del Paese. Questi dati, da soli, non spiegano l'andamento delle vendite nel terzo trimestre, ma mostrano l'ampiezza e la profondità del settore nazionale di cui l'istituto cerca di misurare e sostenere i risultati.

Il DWI presenta anche una panoramica dei partner commerciali e dei negozi specializzati in Germania, che offrono circa 25.000 vini, sottolineando il livello di concorrenza che i produttori nazionali devono affrontare persino sul mercato interno. In questo contesto, qualsiasi segnale di maggiore resilienza dei vini tedeschi rispetto al mercato complessivo attirerà probabilmente l'attenzione di viticoltori, imbottigliatori, commercianti e acquirenti.

La tempistica è significativa, perché il terzo trimestre comprende una fase importante per la vendita al dettaglio di vino e per valutare la domanda dei consumatori in vista del periodo di vendite stagionali più intenso. Per produttori e commercianti, un miglioramento relativo dei risultati dei vini nazionali potrebbe influenzare le decisioni su promozioni, livelli delle scorte e trattative commerciali per il resto dell'anno. Le ricadute complessive su ordini, presenza nei punti vendita e strategie di portafoglio saranno probabilmente più chiare man mano che il comparto tedesco delle bevande porterà avanti la pianificazione di fine anno.