

USA, Napa e Sonoma: prezzi stellari per degustazioni, calano visite

scritto da Emanuele Fiorio | 15 Luglio 2024



Un recente webinar della Silicon Valley Bank ha rivelato che l'aumento dei prezzi per le degustazioni di vino nelle cantine di Napa Valley in California sta spingendo i consumatori verso zone più economiche. Inoltre a differenza di molti altri prodotti, gli statunitensi stanno ordinando direttamente dalle cantine una percentuale inferiore di vino rispetto al periodo pre-pandemia.

L'indagine 2024 Direct-to-Consumer (DtC) della Silicon Valley Bank ha evidenziato un **calo delle vendite di vino DtC in termini di volume, ma un aumento del valore per i vini nella fascia di prezzo tra \$20 e \$79**. Le vendite DtC che includono i wine club, gli ordini online e le vendite in sala di

degustazione, sono fondamentali per la maggior parte delle cantine americane. L'indagine ha rivelato che negli USA il DTC rappresenta il 72% delle vendite medie di una cantina, rispetto al 17% dei negozi al dettaglio e all'11% dei ristoranti. È quindi cruciale per molte cantine monitorare l'andamento delle vendite dirette al consumatore.

Prezzi medi per le degustazioni

Il numero di visitatori ed enoturisti nelle cantine è aumentato in alcuni Stati come la Virginia, l'Oregon ed altri Stati non situati sulla costa occidentale. Tuttavia, le **visite alle cantine di Napa County sono diminuite del 37% rispetto ai numeri del 2016, e del 32% nella contea di Sonoma** nello stesso periodo.

Una ragione evidente è l'aumento dei prezzi per le degustazioni. Nel 2016 il prezzo medio per una degustazione standard negli Stati Uniti era di \$16, mentre per una degustazione riserva era di \$34. L'anno scorso, la media nazionale era di \$38 per una degustazione standard e \$72 per una riserva. Ma a **Napa County, il prezzo medio è ora di \$75 per una degustazione standard** e \$138 per una riserva. A **Sonoma County, i numeri sono \$43 per una degustazione standard** e \$81 per una riserva. Nessun'altra regione si avvicina a questi prezzi; la zona più costosa dopo queste è l'Oregon (\$33 standard, \$61 riserva).

Costi aggiuntivi e impatto sul cliente

Non è solo una questione di prezzi per le degustazioni. Il **costo medio di una camera d'albergo a Napa County nel 2022 era di \$470 a notte**, rispetto ai \$327 del 2019. Inoltre, la **mancia è ora suggerita in due terzi delle cantine**; solo il 21% lo consentiva 10 anni fa. Negli Stati Uniti la spesa media dei visitatori per il vino è di \$209 e questa cifra sicuramente risulta maggiore a Napa Valley. In questo caso una mancia del 20% rappresenta una spesa significativa.

MJ Dale, fondatore e CEO di Customer Vineyard, ha affermato: **“L’impatto cumulativo sull’enoturista è notevole.** Non riguarda solo il prezzo della degustazione. Riguarda il costo di una camera d’albergo nelle vicinanze, la spesa per le bottiglie, la mancia. Metti tutto insieme e il prezzo di una visita è significativamente più alto nella maggior parte delle zone enoturistiche”.

Wine club in crisi ed piattaforme social errate

Le cantine continuano a insistere affinché i visitatori si iscrivano ai loro wine club, e non c’è da stupirsi, dato che un membro medio spenderà \$2700 nel corso della sua vita. Tuttavia, **solo il 10% degli enoturisti si iscrive ai wine club, anche perché gli sconti sono scesi mediamente al 17% e solo il 16% delle cantine offre spedizioni gratuite.** Negli USA la permanenza media di un membro in un wine club è di soli 32 mesi.

Dal report 2024 emerge che la zona che ha mostrato i **cali più allarmanti è Paso Robles.** Nonostante i prezzi delle degustazioni ragionevoli per la California (\$30 standard, \$44 riserva) e sconti sopra la media per i wine club (22%), le vendite DtC in volume sono calate del 6,5% e le visite sono diminuite del 18% rispetto al 2016. Inoltre, **le cantine di Paso Robles nel 2023 hanno perso il 27% dei membri dei wine club,** il calo più alto tra le regioni prese in esame.

Secondo MJ Dale, **le cantine stanno anche utilizzando i social media sbagliati:** “La maggior parte dei clienti target è su LinkedIn, perché è lì che si trovano le persone facoltose”. Tuttavia ad oggi oltre il 70% dei produttori utilizza Instagram e Facebook ed un 13% YouTube.

| Concetti chiave articolo | Dettagli |
|-------------------------------------|---|
| Vendite DtC | Calo in volume, aumento in valore per vini tra \$20 e \$79 |
| Importanza delle vendite DtC | Rappresentano il 72% delle vendite medie delle cantine americane |
| Visite alle cantine | Aumento in Virginia, Oregon; calo del 37% a Napa e del 32% a Sonoma dal 2016 |
| Prezzi degustazione | Media nazionale \$38 standard, \$72 riserva; Napa \$75 standard, \$138 riserva |
| Costi aggiuntivi | Camere d'albergo a Napa: \$470 a notte nel 2022, manci suggerite nei due terzi delle cantine |
| Iscrizioni ai wine club | Solo il 10% dei visitatori si iscrive; sconti medi scesi al 17%, solo il 16% offre spedizione gratuita |
| Social media | Più del 70% usa solo Instagram e Facebook, ma LinkedIn è più efficace per i clienti facoltosi |
| Caso Paso Robles | Calo delle vendite DtC del 6,5%, calo delle visite del 18% dal 2016, perdita del 27% dei membri del club nel 2023 |