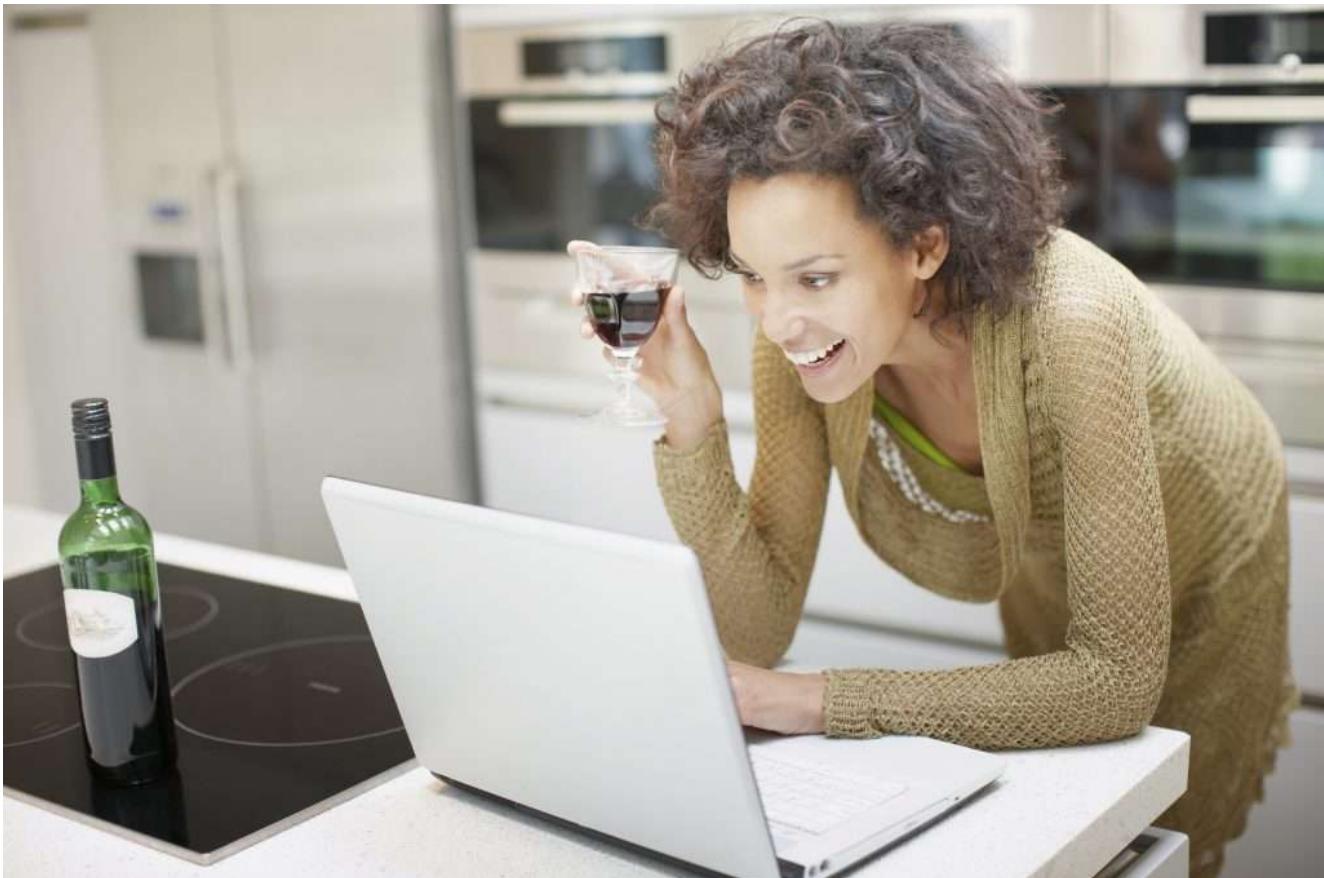


Covid-19 e mercato americano

scritto da Agnese Ceschi | 27 Luglio 2020



Che impatto ha avuto e potrebbe avere in futuro il Covid-19 nel mercato americano? Ce lo racconta il “Covid-19 Impact Report”, indagine aperta e non ancora terminata, di cui la prima parte condotta tra aprile e luglio 2020 è ora disponibile grazie a [Wine Intelligence](#).

Secondo i dati di Wine Intelligence i volumi totali di consumo di vino negli USA si appiattiranno nel 2020 con un aumento dei volumi nel settore off premise che ha rimpiazzato le perdite della ristorazione. Questo considerando un'improbabile seconda ondata, invece considerando l'ipotesi di una seconda ondata con lock-down in autunno, il modello prevede un calo del 2-3% sui volumi totali, ed un 50% di perdite nel settore della ristorazione.

Vediamo nello specifico i principali punti dell'indagine:

Vendite e Consumi

Birra, vino e alcolici hanno tutti beneficiato di un aumento degli acquisti. Accanto all'alcool, anche l'acqua in bottiglia ha avuto un consistente aumento durante il lock-down. Entrando nello specifico, l'aumento dei livelli di acquisto del vino durante il lock-down è stato guidato dai consumatori appartenenti alla Generazione Z (nati nella seconda metà degli anni '90 fino all'anno 2010) e alla Generazione X (coloro che sono nati tra il 1965 e il 1980) e dal segmento di consumatori suburbani avvezzi all'acquisto dei brand Premium, che erano già i consumatori di vino più frequenti.

Occasioni di consumo e spesa media

Il numero medio di occasioni per bere vino è aumentato durante il lock-down, trainato soprattutto dalle donne, dai Millennials e dalla Generazione X. Il vino è stato consumato in particolare modo maggiormente durante situazioni casalinghe di consumo slegato al cibo. Senza grande sorpresa, si è registrato un calo del consumo del vino per situazioni di festa, testimoniato da un significativo calo di acquisto dello Champagne. Infine, i consumatori statunitensi hanno dichiarato di aver speso meno per bottiglia di vino rispetto al periodo pre-pandemia.

Canali di vendita e fiducia

Parlando di canali di acquisto non è una sorpresa il boom dell'e-commerce. Chi sono i consumatori che hanno maggiormente usufruito di questo canale? Sicuramente i giovani consumatori, in particolare maschi, che spendevano frequentemente e cifre mediamente più alte già prima del blocco e che durante il lock-down hanno contribuito all'acquisto sempre più importante di vino online. Per quanto riguarda le categorie di vino in base alla provenienza, il vino statunitense e locale ha riscosso maggiore interesse nei consumatori, incrementando la fiducia accordatagli, mentre in calo quella nei confronti dei vini europei ed in particolare italiani.

Comportamenti futuri

Per quanto riguarda le intenzioni future, sicuramente il risparmio e il distanziamento sociale sono alla base del pensiero dei consumatori. Gli americani prevedono che in futuro berranno più bevande alcoliche, ma ridurranno la loro socializzazione e la loro uscita e aumenteranno gli acquisti di bevande e generi alimentari online rispetto ai livelli pre-Covid-19. Interessante riscontrare anche una possibile significativa riduzione di piani di viaggio e una predisposizione a spendere meno, aumentando invece il risparmio, che diventeranno una priorità nel prossimo futuro. Tendenza che potrebbe significativamente ridurre il fenomeno di premiumisation in corso da alcuni anni negli USA.