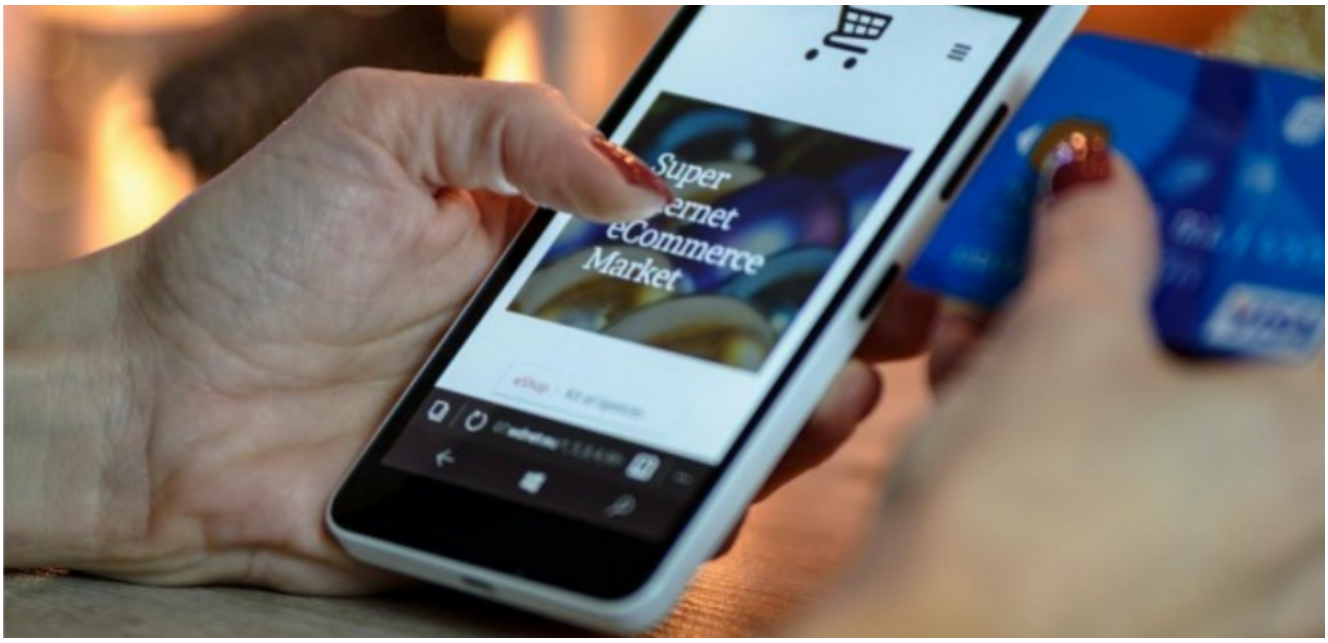
Esplosione di vendite online negli USA: durerà questo trend?

scritto da Agnese Ceschi | 22 Aprile 2021



Il 2020 è stato l'anno dei record per il settore delle vendite di vino online. La grande domanda ora è: durerà a lungo? Ci stimola una interessante riflessione un recente articolo su Wine Spectator firmato da Mitch Frank, che analizza la situazione nel mercato americano, dove l'esplosione dell'e-commerce ha generato un incremento del 27% in volume delle vendite di vino DTC.

Tutto questo oltre ogni previsione ed aspettativa da parte di fior fior di analisti, che avevano predetto un anno catastrofico per le aziende vitivinicole americane ed una stagnazione del settore a causa della pandemia e delle relative restrizioni che hanno portato alla chiusura di ristoranti e tasting room delle aziende. Sorprendentemente, i numeri ci parlano oggi di vendite incrementate sia in volume che in valore e di aziende vitivinicole che hanno dimostrato come mai prima creatività nel sondare territori inesplorati, pur di andare alla ricerca del consumatore.

Anche se tutto sommato dove fossero i consumatori era abbastanza prevedibile: dove se non a casa? E così il vecchio sistema della vendita del vino è uscito direttamente dalla finestra.

Poiché ristoranti e tasting room erano chiusi, le aziende hanno iniziato a sperimentare il DtC – Direct to Consumer – trend che era già in atto, ma che ha avuto grazie alla pandemia e al volano dell'online una grande accelerazione. In America, dove è presente il complesso sistema a tre livelli, una decisione della Corte Suprema del 2005 aveva già sbloccato la vendita diretta al consumatore, ma era un sistema che funzionava in questo modo: il winelover si recava in azienda, degustava ed apprezzava in vini tramite le tasting room e una volta a casa con il vino riordinava aderendo al wineclub. L'e-commerce era un sistema che faticava a decollare per questo motivo.

Con la rottura di questo meccanismo e la chiusura delle tasting room aziendali, Zoom è diventato la nuova sala degustazioni e ha funzionato egregiamente. I consumatori, bloccati a casa senza poter uscire a cena o viaggiare, spendevano i loro soldi acquistando online il vino. Le cantine hanno spedito nell'arco del 2020 8,39 milioni di casse di vino registrando un +27% rispetto al 2019. Il 1 aprile 2020, l'azienda vinicola americana media ha realizzato il 2% delle vendite online. Al 1 ° novembre 2020, era del 10%.

Le vendite di alcolici online nel 2020 sono aumentate dell'86% arrivando a 5,6 miliardi di dollari. La platea di consumatori si è ampliata, comprendendo anche una fetta di consumatori casuali che non era solita acquistare vino prima della pandemia. Il 44% degli americani che ora acquista alcolici online non l'aveva mai fatto prima del 2020. Questo ha influito anche sul prezzo medio di vendita: le spedizioni di vino sotto i 30 dollari a bottiglia sono aumentate del 41,6%, mentre le spedizioni di vino superiori a 100 dollari a bottiglia sono diminuite del 2%.

Ora la domanda è: durerà questo trend? Le aziende hanno sicuramente una situazione competitiva perché sono molti i retailer online che hanno beneficiato della pandemia. Il più grande, Wine.com, ha registrato una crescita del 217% nella prima metà del 2020 e del 119% sull'intero anno. Inoltre, a riprova dell'importanza del trend, Uber ha pagato 1,1 miliardi di dollari per acquisire Drizly, che consente ai consumatori di ordinare alcolici online dai negozi locali per la consegna.

Dalla loro le aziende hanno il fatto che la vendita diretta fuori dallo Stato è consentita in tutti gli Stati americani, al contrario non è così per i retailer, dove è proibita in 34 Stati. Inoltre le aziende hanno il vantaggio di poter costruire meglio un legame di fedeltà nei consumatori, ma devono cercarli.

Gli analisti infine ammoniscono le aziende, sostenendo che hanno bisogno di costruire in modo sistematico quello che hanno imparato durante il lockdown: è necessario essere attivi, ricercare nuovi consumatori, raccogliere dati ed analizzarli, costruire uno staff che lavori sulle vendite online.