

Il vino esce vincente dal lockdown ma cosa gli riserverà il futuro?

written by Redazione Wine Meridian | 12 Ottobre 2020



Il vino sembra essere uno dei pochi prodotti ad aver abbattuto le frontiere del lockdown. Ce lo racconta Lulie Halstead, Ceo di [Wine Intelligence](#), nel presentare il nuovo rapporto pubblicato lo scorso 5 ottobre. Secondo il rapporto di Wine Intelligence, durante la pandemia il vino è stata la bevanda alcolica più scelta nei maggiori mercati di consumo, avvantaggiata dal nuovo stile di vita “casalingo” e sempre di più in occasioni fuori dai pasti. La ricerca della società inglese verte sul monitoraggio di campioni di consumatori in sette principali mercati mondiali (Australia, UK, USA Canada, Germania, Svezia e Cina) nei mesi di aprile e agosto 2020.

Nuovi canali di vendita e la loro sostenibilità

L'esplosione della vendita di vino è dovuta all'e-commerce, nei Paesi dove è consentito, che ha garantito ad una fascia di consumatori, soprattutto giovani e abituali, di acquistare normalmente. Per questo si può affermare con tutta probabilità che l'e-commerce sta diventando un nuovo canale di distribuzione a tutti gli effetti. Ma ciò che preoccupa gli studiosi è la sostenibilità di queste piattaforme di vendita, in quanto nei prossimi mesi le famiglie vivranno altre difficoltà economiche e soprattutto il deterioramento del contesto economico.

Andamento delle vendite presenti e future

Molti consumatori hanno diminuito la spesa media per bottiglia di vino, ma aumentato le quantità e sono ritornati ad acquistare brand di fiducia a spese di quelli meno conosciuti anche se con offerte più allettanti. Ora, forse quasi al termine dell'emergenza sanitaria, è in lenta ripresa la spesa media in bottiglia del vino *off-premise*, anche se rimane sotto la soglia del pre-lockdown nella maggior parte dei mercati.

Wine Intelligence ha avuto modo di prevedere l'andamento del mercato del vino nei prossimi mesi, ma le ipotesi non sono per nulla positive: se nelle prime settimane di lockdown le famiglie hanno scelto di acquistare beni in grandi quantità, ora si cerca di prestare attenzione al risparmio: niente più vizi personali, niente più uscite al ristorante e nemmeno vacanze o viaggi, se non strettamente necessari per lavoro. È quindi in crisi la sorte del canale *on-premise* e dell'ospitalità, a favore dell'utilizzo del prodotto tra le mura domestiche (soprattutto da parte delle donne della Generazione X e dagli esperti del settore) e sfruttato anche al di fuori dell'ambito prettamente alimentare.

Dunque nonostante **la buona tenuta del comparto vino nel periodo del lockdown, ora gli esperti si preoccupano per la longevità e la portata della recessione economica**; anche se attualmente sono presenti dei programmi di sostegno per le

famiglie nei vari Stati, non ci è dato sapere con certezza come si evolverà la situazione nei prossimi mesi. Certo è che tutti i mercati ne risentiranno nel 2021.