Industria delle bevande alcoliche nonostante tutto resiliente

scritto da Fabio Piccoli | 21 Agosto 2020



La resilienza è diventato ormai un termine particolarmente conosciuto ed utilizzato in questi tempi difficili. Significa, infatti, la capacità di un sistema di adattarsi al cambiamento, o di un individuo a reagire positivamente anche ad eventi traumatici.

Questa maledetta pandemia, pertanto, testa sia la resilienza sul piano individuale sia quella dei nostri comparti economici.

Indubbiamente le due cose sono interconnesse considerando che alla fine sono sempre gli uomini ad essere i protagonisti coinvolti.

Sul tema di quanto l'industria del vino sia resiliente o meno in questa difficile fase è intervenuto recentemente l'autorevole IWSR che come è noto monitora costantemente i mercati delle bevande alcoliche.

Secondo le più recenti analisi di IWSR emerge un'industria degli alcolici, compresa quella del vino, particolarmente resiliente a livello mondiale.

IWSR, infatti, ha preso in esame 7 aree mondiali come Usa, Cina, Regno Unito, Francia, Australia, Sud Africa e Messico, cercando di capire le loro reazioni all'attuale pandemia che, a seconda dei Paesi, sta evidenziando andamenti anche molto diversificati.

Nel nostro articolo abbiamo preso in esame Usa, Cina, Regno Unito e Francia, dal momento che ci appaiono i mercati più interessanti anche per i nostri vini.

Negli Usa, ad esempio, dove le restrizioni tutt'oggi variano da Stato a Stato, l'off trade e l'e-commerce continuano a garantire le entrate al settore degli alcolici. Allo stato attuale sia le occasioni di consumo in casa che quelle fuori casa con i tipici cocktail estivi, stanno influenzando gli attuali trend dove ad avere risultati particolarmente vincenti sono gli hard seltzer, che proseguono nella loro ascesa sul mercato in maniera veramente impressionante andando a compensare le perdite rilevanti delle birre che pagano anche la carenza di alluminio per le lattine (problema condiviso anche con i vini in lattina).

Tendenze positive anche per i vini premium e per quelli "artigianali" che sembrano essere i più privilegiati in questa difficile fase.

In Cina, invece, dove le restrizioni più rigide sono state superate (ad eccezione delle Province dello Xinjiang a del Dalian) pur permanendo il distanziamento sociale, in particolare nei negozi e ristoranti, la spesa dei consumatori, soprattutto quelli più ricchi, si sta indirizzando maggiormente sui prodotti locali (vista anche l'impossibilità di viaggiare), a partire dal turismo locale, in particolare nella provincia di Hainan che allo stato attuale è una delle mete preferite dai turisti cinesi.

La "stagione della birra" sta proseguendo in Cina, ulteriore segnale del turismo interno, tanto che le autorità hanno dato l'ok (a parte qualche restrizione sul fronte della capienza massima autorizzata) alla realizzazione dell'annuale Qingdao beer festival, iniziato il 31 luglio scorso e che terminerà il prossimo 23 agosto: il più lungo e grande evento dedicato alla birra in Asia.

Nel Regno Unito alcune aree rimangono tutt'oggi in stretto lockdown. Nonostante tutto la grande distribuzione organizzata continua a registrare performance importanti. Pure l'e-commerce continua a crescere anche se con dati più modesti rispetto a qualche settimana fa.

L'horeca ha parzialmente riaperto, guidata soprattutto dai ristoranti e dai cosiddetti beer gardens, anche se comunque non tutti i pub hanno riaperto i battenti, con alcune catene che sono in una prima fase di approccio alla riapertura. Teatri, stadi, casinò e discoteche sono invece tutt'oggi chiusi.

I vini sono la categoria delle bevande alcoliche che sta dando risultati molto interessanti nonostante non sia quella complessivamente più "conveniente". In particolare la sua crescita è guidata dai light rosé e dagli sparkling che ne stanno approfittando anche del bel tempo che li porta ad essere acquistati nei supermercati ma consumati fuori casa.

Anche in Francia le misure di restrizione più rigide si stanno abbandonando e il business delle bevande alcoliche sembra ne stia beneficiando notevolmente, soprattutto se confrontato con qualche settimana fa. Le vendite nella gdo francese hanno rallentato rispetto alle grandi crescite delle prime fasi del lockdown, ma questi cali sono parzialmente compensati dagli aumenti del delivery da parte delle aziende e dalla riapertura di numerose strutture di accoglienza aziendali.

È chiaro che anche l'enoturismo francese stia pagando fortemente in questa estate 2020 l'assenza di gran parte del pubblico internazionale.

Per quanto riguarda i vini, anche nell'horeca oggi in gran parte riaperta, prevalgono le vendite dei cosiddetti vini "value for money".

È chiaro che si tratta di dati ancora ben al di sotto di quelle che erano le tendenze degli anni scorsi, ma che testimoniano una gran voglia sia del trade che del sistema produttivo di reagire al meglio a questa situazione e di approfittare di tutti i varchi possibili che si aprono nei diversi mercati.

La parola d'ordine in queste situazioni, pertanto, è quella di stare "svegli", di non fermarsi.