

Irlanda: ottime previsioni post-Covid

scritto da Emanuele Fiorio | 1 Aprile 2021



Come per altri mercati, nell'ultimo anno l'hospitality irlandese e l'industria del turismo sono state colpite pesantemente dalle restrizioni imposte dai lockdowns e dalla mancanza di turisti.

Gli effetti di questa crisi si faranno sentire nei bar, pub e ristoranti di tutto il Paese ancora per parecchio tempo, specialmente nelle zone calde del turismo come Dublino. Secondo gli esperti di mercato ci vorranno dai 3 ai 5 anni perché i ristoranti irlandesi si riprendano dal Covid, supponendo che le restrizioni vengano allentate entro la metà del 2021.

Eppure, secondo Richard Halstead di Wine Intelligence, **il commercio del vino irlandese ha ampiamente superato la tempesta** e, in alcuni casi, ha registrato una notevole

crescita degli affari. Gli importatori e i distributori che hanno avuto la **prontezza di spostarsi dal settore Horeca al retail e al delivery hanno avuto buoni risultati**. Anche quelli che hanno lavorato con aziende di ristorazione per sviluppare la vendita al dettaglio di vino e cibo o attività di takeaway e consegna.

Il settore del vino non ha subito una perdita di volume a causa della chiusura del settore Horeca e si sta sviluppando un maggiore interesse per i vini premium e anche per stili e origini particolari.

Gli operatori del settore hanno dichiarato che i loro **vini Pet-Nat, biologici e naturali hanno avuto riscontri positivi** negli ultimi mesi, così come i prodotti di nicchia provenienti da Portogallo, Germania, Austria e Grecia e le offerte più mainstream da Cile e Spagna.

Nei canali mainstream di vendita al dettaglio:

- il **Cile** rimane al primo posto, con i brands Santa Rita e Casillero del Diablo che consolidano la loro posizione, assieme ai marchi australiani Wolf Blass, Yellow Tail e McGuigan.

- La **Spagna** sta avendo una rinascita, alimentata da un rinnovato interesse per regioni consolidate come Rioja e da nuove scoperte dei consumatori come Rias Baixas e Rueda.

- La **Nuova Zelanda** rappresenta una storia di successo nel 2020, con Villa Maria che sta guadagnando terreno in un mercato dominato dal rivale Oyster Bay. I marchi sembrano aver beneficiato della legislazione governativa che vieta l'uso di promozioni multibuy con sconti importanti e che assegna aree specifiche nei supermercati agli alcolici.

Il 2020 è stato l'anno che ha registrato il più grande sviluppo del mercato online in Irlanda. Gli utenti online irlandesi rimangono una piccola (ma crescente) minoranza di consumatori, persone di città che guadagnano molto, spendono

molto e sono sempre più influenti nell'economia irlandese in generale ed in particolare nel mercato del vino.

Questi consumatori non hanno sofferto molto economicamente durante il Covid e non hanno speso soldi per vacanze e uscite. In molti casi hanno utilizzato questo budget per acquistare vini più interessanti e costosi online, compreso lo Champagne che ha avuto una ripresa sostanziale alla fine del 2020, secondo diverse fonti.

Gli esperti del settore hanno opinioni divergenti e si chiedono se i consumatori rimarranno fedeli al canale online anche nel post-Covid, ma la maggioranza concorda sul fatto che **i bevitori di vino irlandesi usciranno dalla pandemia più istruiti e attenti alla categoria.**