

La difficile sfida del ritorno al consumo fuori casa

written by Fabio Piccoli | 27 Gennaio 2021



Secondo quanto riportato da Wines Vines Analytics, sulla base dei dati raccolti da bw166, il valore del mercato totale del vino negli Usa nel 2020 è stato di 67,4 miliardi di dollari, il 10% in meno rispetto l'anno precedente.

Considerando che il mercato del vino negli Usa è rappresentato dal 70% da prodotti domestici e il 30% da import, il valore di quest'ultimo lo scorso anno è stato di circa 20,2 miliardi di dollari.

Potrebbero apparire dati meno drammatici del previsto se non fosse che gran parte di questa diminuzione è da ascrivere all'impatto che la pandemia ha avuto nel settore della ristorazione che negli Usa ha registrato perdite sul fronte della vendita di vino del 45%. A questa perdita si è contrapposto, fortunatamente per il vino, un aumento delle vendite del 12% nel canale dell'off-premise.

In crescita notevole anche il canale e-commerce e le spedizioni dtc (direct to consumer) che sono cresciute lo

scorso anno del 23% e oggi rappresentano, come valore, il 10% del mercato del vino negli Usa.

La pandemia, inoltre, ha notevolmente modificato anche gli approcci al consumo di vino da parte degli statunitensi. A questo riguardo da notare l'incredibile aumento delle vendite di cocktail a base di vino che sono aumentate del 124% nelle 52 settimane terminate il 26 dicembre scorso. Una crescita che rappresenta un vero e proprio record di qualsiasi prodotto vinicolo nei canali Nielsen off-premise. Crescita vertiginosa anche per il hard seltzer che hanno registrato nello stesso periodo uno stratosferico +200%. Ottime notizie anche per il vermouth importato che lo scorso anno ha registrato un +100%.

Per questa ragione, in prospettiva è importante chiedersi come si evolverà nel 2021 la spesa dei consumatori americani e, in particolare, quanto tempo ci vorrà affinché riprenda il consumo fuori casa.

A questo riguardo un sondaggio di Nielsen CGA svolto nel mese di dicembre ha evidenziato come la maggioranza dei consumatori intervistati (43%) ritornerà a cenare o pranzare fuori casa in relazione alla propria vaccinazione, mentre un 39% ha dichiarato che lo farà solo quando sarà debellato completamente Covid-19.

Ritrovare la fiducia nel "fuori casa", pertanto, non sarà una sfida facile da vincere e nel frattempo sono già 110.000 i pubblici esercizi con licenza di vendita bevande alcoliche che hanno chiuso i battenti negli Usa, per una perdita di 2,5 milioni di posti di lavoro, ovvero il 20% del totale del settore.

Sul futuro quindi anche del mercato del vino negli Usa aleggiano molte incertezze.

Interessanti le osservazioni del noto economista del vino Mike Veseth che sul suo seguitissimo blog The Wine Economist ha evidenziato come in questi mesi i consumatori, non solo

americani per la verità, sono stati notevolmente sollecitati all'acquisto di vini tramite e-commerce o dtc a prezzi molto scontati. "Il prezzo più basso – ha scritto Veseth – fa sicuramente muovere i vini dal magazzino delle aziende. Bisogna però chiedersi cosa succederà quando la situazione si sarà stabilizzata e le aziende dovranno chiedere ai loro clienti di nuovo il prezzo pieno".

Una domanda assolutamente legittima alla quale non è facile adesso rispondere.