

# La resilienza del mondo del vino: ipotesi e previsioni per il prossimo 2021

written by Giovanna Romeo | 4 Gennaio 2021



Il 2020 sarà ricordato per molte cose tra le quali alcuni aspetti positivi assolutamente inattesi. In un mondo che ha conosciuto la parola lockdown e una grave incertezza economica, i consumatori si sono trovati a proprio agio in una quotidianità fatta di cose semplici: vita all'aperto, chiacchierare con gli amici, una buona lettura, l'acquisto di un libro, cucinare e comprare al dettaglio nei negozi di prossimità. È stato un anno positivo anche per alcuni settori del mondo del vino con aziende e produttori che si sono rapidamente convertiti alla vendita diretta al consumatore attraverso i canali on line. Purtroppo, per molte attività legate al mondo del business enoico, ristoranti, catering, hotel, bar, turismo, l'anno è stato devastante. Difficilmente voltare pagina sul 1° gennaio 2021, cambierà i fatti.

Verosimilmente si ritiene che la normalità la si potrà

raggiungere solo dopo il primo semestre del 2021, quando molti di noi saranno vaccinati, ci sarà un maggior controllo del virus e sarà possibile riprendere una vita pressoché normale permettendosi un pranzo al ristorante o magari partire per un viaggio. Chi nel settore del turismo sarà riuscito a sopravvivere e avrà avuto la forza finanziaria di rimanere "solvibile", con la capacità di pagare fornitori, spese o debiti, avrà un secondo semestre 2021 in pieno sviluppo. Si prevede che la richiesta sarà più concentrata e a sua volta rilasciata su una fetta più piccola di attività. Una bella notizia naturalmente anche per il mondo del vino che rifornisce abitualmente il settore dell'ospitalità, ai quali di solito vende prodotti a maggior valore aggiunto.

Il 2021 sarà però anche un anno meno buono per il settore vino per le diverse opportunità di spesa che le persone avranno rispetto ad oggi, un'euforia dei consumi che andrà oltre a cibo e vino per il consumo casalingo e che si allontanerà dal mercato enoico per un consumo off premise. Nell'insieme la situazione si manterrà piuttosto eterogenea.

Tempi duri in generale nei diversi mercati di consumo. La percentuale delle tasse aumenterà per ripianare i deficit dello stato, portando meno disponibilità economica e grande incertezza nel mondo del lavoro che si ripercuoterà sul benessere economico. Insomma, non si avrà tanta voglia di spendere.

Ma quali sono i trends specifici? Non è facile fare previsioni. Il 2020 ci ha insegnato che le tendenze fondamentali nel comportamento dei consumatori non scompaiono, sono solo amplificate o ridimensionate dalle circostanze. Se alcuni dei trends di seguito elencati vi sembreranno familiari, è assolutamente voluto.

**L'aumento delle tasse sull'alcol comporterà una diminuzione dei volumi di vendita mentre crescerà la spesa per singola bottiglia.**

Il 2021 potrebbe vedere un'inversione al tradizionale andamento dei consumi con una decrescita di vendita del vino dovuta all'aumento delle accise sull'alcol. Gli Stati, infatti, per ripianare i buchi di bilancio dovuti alle imponenti spese affrontate per la pandemia, potrebbero decidere di tassare i beni non essenziali (considerati i beni dei vizi), scoraggiando consumo di alcol e vino, che il maggior costo renderà meno accessibile. La tendenza sarà probabilmente quella di spendere di più ma solo per una singola bottiglia.

**Formati di packaging alternativo faranno il loro ingresso rispetto alla classica bottiglia di vetro.**

Il primato della bottiglia di vetro nel mondo del vino non è in discussione, almeno per il momento. Ai margini del suo dominio i formati d'imballo alternativi stanno crescendo per soddisfare nuovi bisogni. D'altronde, si sa, la produzione di bottiglie di vetro e la loro distribuzione ha un significativo impatto ambientale. Nel 2020 è cresciuto il formato bag in box, una soluzione che trova sempre più spazi grazie all'acquisto di vino sfuso che si presta felicemente a questo tipo di packaging. Paradossalmente è stato un anno buono anche per il vino in lattina (sembrava fatto ad hoc per questo 2020), offrendo trasportabilità, la giusta conservazione e la giusta porzione. Un trend positivo che probabilmente continuerà per il 2021 con il lancio di nuovi prodotti.

**Le cantine costruiranno relazioni dirette con il consumatore.**

La pandemia ha fornito l'opportunità a produttori e intermediari di "connettersi" direttamente con i propri consumatori. Molti di loro stavano già utilizzando piattaforme e-commerce; molti altri non ne erano ancora convinti. Fatto sta che nel 2020, i siti di vendita on line e le varie "app" hanno fatto la parte del leone. Sarà lo stesso nel 2021? Forse no. Non sarà così facile; appena il circuito dell'ospitalità (bar e ristoranti), potrà ripartire, la tendenza sarà per l'on

premise. Di certo il periodo Covid ha aperto la strada per relazioni dirette con il consumatore, un aspetto che nel 2021 sarà possibile consolidare, anche se fino al secondo semestre il turismo enologico e le visite in cantina saranno ancora limitate.

**In crescita la vendita on line mentre l'aumento di competitività tra piattaforme ridisegnerà il canale e-commerce. Significative saranno modalità e tempi di consegna.**

Abbiamo imparato a passare molto tempo in casa e, la giornata, scandita da molte consegne a domicilio è diventata la nuova normalità. La nostra esistenza di lavoratori perennemente in smart working sembra non avere diminuito neanche il desiderio di avere tutto e subito. Non vi è alcun dubbio che l'e-commerce crescerà ancora. Il modello tradizionale che vede l'ordine oggi e il ricevimento del prodotto nella settimana successiva sarà soppiantato dalle piattaforme che potranno soddisfare le consegne nell'arco delle 24 ore. Il punto chiave non saranno più prezzi o volumi ma l'immediatezza della consegna, agevolata anche da sinergie con attività simili come la ristorazione di alto livello; l'obiettivo è facilitare la logistica e abbattere i costi.

**Decollerà il mercato dei "wine seltzer".**

Dei *wine seltzer*, bevande moderatamente alcoliche e dal basso contenuto di calorie (le due chiavi del loro successo) contenenti acqua gassata, spesso un'aromatizzazione di natura fruttata (o floreale o speziata) e, appunto, una componente etilica, si sentirà parlare sempre di più nel 2021. Una categoria praticamente sconosciuta fino a 5 anni fa, oggi tra le tendenze più in voga nel consumo di alcol. Negli USA, il mercato in cui nasce, nel 2018 e 2019 il mercato dei wine seltzer ha avuto crescite a due cifre, e si prevede che triplichi in volumi entro il 2023 (dati dell'IWSR). Tutto ciò ovviamente è tanto più degno di nota se si considera che è (solo) una bibita mediamente aromatizzata, una sorta di spritz

al vino solo un po' più dolce.