Le modifiche di consumo dei vini negli Usa in quarantena

scritto da Astrid Panizza | 17 Giugno 2020



Durante il lockdown negli Usa, secondo la puntuale analisi di Wine Intelligence, è **aumentato il consumo di vino a casa** con una conseguente crescita delle vendite **online** a causa dell'impossibilità di spostarsi. Se **prima** dell'avvento del **Coronavirus**, il **canale preferito** per l'acquisto di vino in USA era il **supermercato** (**51%**), seguito dai **wine shops** (**46%**) e a ruota dagli altri negozi che vendono vino, con **l'online** preferito solo dal 17% degli intervistati, con **l'emergenza** l'uso dell'online per l'acquisto di vino ha visto un forte **incremento**. I consumatori abituali, infatti, hanno prediletto questo canale di vendita, che ha visto le vendite addirittura triplicate nel mese di aprile.

Il **67% dei consumatori online** sono **uomini**, **giovani** (62% tra i 25 e i 44 anni) e con **alta disponibilità a pagare**. La **California** è lo Stato dove più si effettuano acquisti web (15%), seguito da **New York** (13%) e **Florida e Texas** (11%).

Inoltre, Il 30% dei consumatori di vino affermano che, una volta finito il lockdown continueranno invece ad acquistare vino online. La maggior parte di loro, inoltre, sarà disposta a spendere cifre elevate, con una riduzione significativa di socializzazione. I consumatori sono rimasti per la maggior parte **leali** al **repertorio di Stati d'origine** che consumavano pre-Covid, anche se il **vino locale** ha subìto un **incremento** di vendite. L'aumento maggiore si è visto nei **vini californiani +18%**, ma anche gli altri vini **statunitensi** hanno avuto un incremento del **+13%**. Si è notata, invece, una netta **diminuzione** per i vini provenienti da importazione, soprattutto dagli **Stati europei** come **Francia, Italia e Spagna** che hanno visto un calo del **-20%.**

Si è apprezzato, quindi, un maggior consumo generale e, inoltre, l'invenzione di **nuovi momenti per degustare** anche solo un bicchiere di vino senza cibo, chiacchierando durante una videochiamata su Zoom o leggendo un libro. Con l'allentamento delle misure restrittive, tuttavia, il futuro **un'incognita**. I **consumatori** sono **cauti** sulle finanze e c'è la possibilità che gli investimenti in viaggi saranno sostituiti con il trend di mangiare e bere meglio.

Sono stati molti i **cambiamenti** che sono avvenuti rispetto alla situazione che c'era prima dell'emergenza sanitaria. **Prima** del virus, infatti, i consumatori statunitensi preferivano trovarsi **settimanalmente** per **consumare vino** in maniera informale, abitudine che con le restrizioni hanno dovuto abbandonare. Durante il **lockdown**, però, il **consumo** di vino a fine giornata è **aumentato dal 54% al 57%**, mentre la percentuale di consumo di vino come **accompagnamento** al **pasto** è passato **dal 46% al 50%.**

Per quanto riguarda inoltre la **spesa media** per l'acquisto di vino nei canali off-trade, **prima** dell'emergenza il trend di acquisto di vino maggioritario si trovava nelle **fasce di prezzo intermedie (da $10 a $19.99)**, che però con il **lockdown** hanno subìto **perdite** in quanto i consumatori si sono

dimostrati meno inclini a spendere.

La frequenza nel consumo di vino durante il periodo di Covid-19, però, è aumentata. Più del **42%** dei consumatori di vino negli USA, infatti, ha dichiarato di aver **bevuto vino almeno una volta in settimana** durante il lockdown, in situazioni di **relax**. Percentuale che è arrivata al **57%** per chi ha consumato vino **almeno una volta in settimana in abbinamento ad una pietanza speciale**, mentre il **72%** ha consumato vino **almeno una volta a settimana a pranzo e a cena**. Un **47%**, invece, sostiene di aver consumato vino **una volta a settimana lontano dai pasti.** La Florida è lo Stato che nella maggior parte delle occasioni ha raggiunto il primato di consumatori, sorpassato solo da New York nell'occasione di consumo di vino in situazioni di relax.

I consumatori anticipano che anche dopo il lockdown vi sarà una riduzione nelle spese a beneficio di un **risparmio** cospicuo. Tuttavia il **73% del totale** afferma che darà **priorità all'acquisto di buon vino.** Nella situazione di crisi attuale, quindi, questo rappresenta uno slancio di positività, una luce in fondo al tunnel che ha messo in ginocchio i mercati di tutto il mondo.