

Crescono ancora le vendite dirette di vino negli Usa

written by Fabio Piccoli | 19 Dicembre 2014



Ne avevamo già scritto alcuni mesi fa perché lo consideriamo un fenomeno estremamente interessante e, per certi aspetti esemplificativo, e cioè della vertiginosa crescita nel numero di spedizioni da parte delle cantine statunitensi direttamente

ai consumatori.

Nello scorso queste spedizioni sono cresciute del 18% rispetto all'anno precedente, raggiungendo i 284 milioni di dollari (quasi 231 milioni di euro), 121 milioni di dollari (quasi 99 milioni di euro) in più rispetto a settembre. Nonostante le vendite dirette ai consumatori crescano, di solito, durante il mese di ottobre in quanto i consumatori comprano più vino e le temperature si fanno più rigide, la crescita durante l'autunno di quest'anno è stata la più grande da quando Wine Vines Analytics ha iniziato a lavorare con ShipCompliant per monitorare il fenomeno.

Il valore totale delle spedizioni dirette al consumatore nei 12 mesi precedenti ad ottobre è secondo i dati diffusi da Wine Vines Analytics (in collaborazione con ShipCompliant) è stato di ben 1,75 miliardi di dollari (ovvero circa 1,4 miliardi di euro), che equivale ad un aumento del 13% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno.

Crescite per le cantine Usa si sono registrate anche sul fronte dell'off-premise che nell'ultimo anno hanno raggiunto i 7,78 miliardi di dollari (6,3 miliardi di euro), con un aumento del 6% in più rispetto al 2013.

Se a questo aggiungiamo che il 2014 si chiude per le cantine Usa anche con un aumento del personale delle aziende si conferma che il mercato statunitense del vino continua ad essere strategico per il winebusiness.

Se poi si vanno ad osservare i prezzi delle bottiglie vendute direttamente ai consumatori finali i dati sono estremamente interessanti.

Sempre dall'analisi di Wine Vines Analytics, che si è soffermata in ottobre sui vini rossi su dati IRI, emerge che la gran parte di questi vini si trovano nella fascia tra 15 – 29,99 dollari (12 -24 euro) e hanno rappresentato 989 offerte, quasi la metà del totale. Le offerte per i vini tra 30 – 39,99 dollari (25 – 32 euro).

Si tratta, a nostro parere, un fenomeno che non solo evidenzia l'interesse ancora in ascesa dei consumatori statunitensi nei confronti del vino, ma anche la possibilità di creare una

distribuzione del vino capace di superare i canali classici che troppo spesso imbrigliano le opportunità di sviluppo e di remuneratività del sistema vitivinicolo.

Ci piacerebbe che anche in Italia si discutesse di più sul tema della distribuzione e vendita del vino che oggi ci sembra sempre più impantanata in un modello che, lasciateci dire, ci sembra medievale.