Stati Uniti: Direct-to-Consumer (DtC) in sofferenza

scritto da Agnese Ceschi | 7 Febbraio 2025



Il 2024 segna un anno critico per il canale Direct-to-Consumer (DtC) del vino negli USA, con un calo del 10% nei volumi di spedizione e una contrazione del 5% del valore complessivo. L'inflazione e i cambiamenti nei comportamenti d'acquisto hanno impattato il settore, mentre il rallentamento della premiumisation e le difficoltà delle grandi aziende vinicole delineano un panorama complesso per il futuro.

In un anno caratterizzato da sfide economiche, pressioni inflazionistiche e cambiamenti nei comportamenti dei consumatori, il canale di spedizione del vino DtC negli USA ha dovuto affrontare ostacoli senza precedenti.

Il 2024 è stato senza dubbio un anno impegnativo secondo l'ultimo **Direct-to-Consumer Wine Shipping Report** di Sovos

ShipCompliant e WineBusiness Analytics che esamina i dati DtC dalle aziende vinicole ai consumatori statunitensi basandosi su un algoritmo che misura le spedizioni DtC totali in base a milioni di transazioni di spedizione filtrate tramite il sistema ShipCompliant e abbinate ai dati completi di WineBusiness Analytics sulle aziende vinicole statunitensi.

Cos'è il DtC e quali sono i vantaggi di tale opzione?

Il canale D2C permette alle aziende di eliminare gli intermediari e di vendere i prodotti direttamente al cliente finale. Tra i possibili canali di vendita diretta principali il **wineshop**, un'area di vendita aperta al pubblico in azienda in modo che il cliente possa vedere e provare il prodotto sul posto; eventuali **negozi** al di fuori della cantina; **e-commerce; social network**.

Il canale DtC sta vivendo una parabola discendente negli USA. Dai dati emersi nel **Direct-to-Consumer Wine Shipping Report** il **volume totale delle spedizioni DtC negli USA è sceso del 10% rispetto al 2023** (6,4 milioni di casse) e il **valore di queste spedizioni è sceso del 5%** a 3,94 miliardi di dollari: è il calo più ripido dall'inizio dal primo rapporto nel 2010.

"Influenzato da fattori economici, culturali e sociali più ampi, il canale DtC ha perso il relativo isolamento che un tempo aveva. Nonostante queste sfide, la maggior parte delle aziende vinicole statunitensi continuerà a dipendere dal canale di distribuzione DtC per raggiungere i consumatori" ha affermato Andrew Adams, redattore del Wine Analytics Report, WineBusiness Analytics.

Il prezzo medio a bottiglia

Anche il prezzo medio per bottiglia spedita non è esenta da scossoni: registrando un aumentato del 6% conferma una tendenza quadriennale di aumenti dei prezzi. Un aspetto

positivo, però, è il continuo rallentamento del tasso di aumento del prezzo medio delle bottiglie, che è sceso dal 12% nel 2021 al 6% nel 2024. Questa tendenza al ribasso riflette un più ampio allentamento dell'inflazione. Tuttavia, l'aumento del 6% anno su anno rimane ben al di sopra del tasso medio storico dell'1% dal 2011 al 2019.

In difficoltà la fascia bassa del canale di spedizione DtC: i vini con un prezzo pari o inferiore a 40 dollari hanno visto un calo significativo del 15% nel volume delle spedizioni poiché le continue pressioni economiche, tra cui l'inflazione, hanno allontanato molti consumatori dai *wine club* e scoraggiato le visite alle cantine.

Rallentamento della premiumizzazione

Un tempo un elemento molto significativo delle dinamiche di mercato, oggi la *premiumisation* è un fenomeno in rallentamento negli USA. La fascia ultra-premium del canale di spedizione DtC (prezzo medio della bottiglia superiore a 80 dollari) ha rallentato nel 2024, producendo solo un aumento del 2% nelle spedizioni.

In difficoltà i "big"

Le aziende vinicole più grandi, che producono 500.000 casse o più all'anno, hanno subito i più importanti cali nelle vendite nel 2024 e dunque hanno influito sul calo del canale DtC in modo molto evidente, rappresentando il 16% dell'intero volume del canale. Secondo il report queste grandi aziende vinicole hanno aumentato il loro prezzo medio per bottiglia spedita del 13% e hanno registrato un calo del 18% nelle spedizioni rispetto al 2023.

"Si prevede che la crescita dei volumi nel settore delle bevande alcoliche subirà una continua limitazione e i cali del DtC che stiamo osservando sono un riflesso del mercato complessivo" ha affermato Alex Koral, consulente generale di

SovosShipCompliant. “Le aziende vinicole devono rimanere agili nell’affrontare sia le sfide immediate che i cambiamenti a lungo termine. La stabilizzazione nel 2025 dipende non solo dalle condizioni economiche esterne, ma anche da quanto efficacemente le aziende vinicole si adatteranno alle preferenze dei consumatori e ai venti contrari del mercato”.

Punti chiave:

- **Forte calo del DtC negli USA**: Il volume delle spedizioni è sceso del 10% e il valore del 5%, il peggior calo dal 2010.
- **Prezzo medio in aumento**: Le bottiglie spedite costano il 6% in più, ma la crescita dei prezzi sta rallentando.
- **Difficoltà per i vini sotto i 40 dollari**: Le spedizioni di questa fascia sono diminuite del 15% a causa dell’inflazione.
- **Rallentamento della premiumisation**: La crescita della fascia ultra-premium (+80$) è limitata al 2%.
- **Crisi per le grandi aziende**: Le cantine con oltre 500.000 casse annue hanno registrato un calo del 18% nelle spedizioni.