

Audiwine: segnali di ripresa dei mercati del vino

scritto da Redazione Wine Meridian | 6 Maggio 2021



Audiwine è l'osservatorio esclusivo di **Wine Meridian** e [UniExport Manager](#) che ci mostra l'andamento del mercato del vino secondo la percezione diretta degli Export Manager: potremmo definirlo un **termometro della visione di chi opera sul territorio in prima persona**.

Con il **questionario** Audiwine, Wine Meridian e UniExport Manager raccolgono dati affidabili basati sulle considerazioni di chi presidia quotidianamente i rapporti economici e può valutare le difficoltà che attraversa il mercato del vino attraverso il tempo.

Secondo quanto riportato dal nostro **Panel di Export Manager** negli ultimi due mesi, **solo il 9,5%** degli Export manager intervistati ha visto una **diminuzione dell'attività svolta**, rispetto al 28% del mese di febbraio.

Dati abbastanza incoraggianti anche per i volumi spostati: solo il 9,5% degli intervistati, infatti, ha visto una diminuzione dei volumi esportati, rispetto al 20% del mese di

febbraio.

In termini quantitativi, **+7%** degli export manager ha visto un **aumento verso l'alto nella variazione delle quantità ordinate dai clienti** – 13% anche la variazione al ribasso nel prezzo medio cercato dai clienti.

Uno stabile aumento anche nella **ricerca di nuove relazioni e clienti**; +1,6% degli export manager ha contatto qualche nuovo potenziale acquirente e +9,5% ha attivato nuovi clienti b2b rispetto al mese di febbraio.

D'altro canto, si denota una **diminuzione nell'attività all'estero**: 100% dei nostri manager non ha effettuato trasferte tra il mese di febbraio e marzo e solo il 4,8% (rispetto al 16% di febbraio) ne ha in programma per i prossimi tre mesi.

In parallelo con la diminuzione degli incontri b2b internazionali in presenza, cresce il dato di coloro che hanno partecipato a più di 4 eventi b2b online; +7,1% rispetto al mese di Febbraio e +13% coloro che hanno partecipato da 1 a 5 degustazioni online con potenziali acquirenti.

Un dato che risulta particolare sottolineare, è che rispetto al mese di febbraio **+ 25,8% degli intervistati** ha una **percezione di miglioramento** e nessuno detiene una visione negativa sul futuro.

Se da una parte migliora la percezione generale del mercato, da un'altra, invece, si potrebbero già delineare quali potrebbero essere i **trend futuri** anche una volta archiviate le restrizioni.

L'**aumento delle interazioni b2b online**, infatti, sono un chiaro segnale di come alcune di queste attività potrebbero essere "sfruttate", ove possibile in formato digitale, a fronte di una riduzione dei costi organizzativi e di spostamento.