

GDO e Horeca: equilibri della ripartenza

scritto da Emanuele Fiorio | 22 Luglio 2021



La ripartenza di molte aziende dovrebbe spingere una ripresa e un rimbalzo in molti mercati ma, oltre ai numeri legati a questa ripresa, c'è in gioco anche un nuovo equilibrio tra i canali di vendita del vino. Negli ultimi mesi, l'e-commerce ha avuto un boom, la grande distribuzione ha fatto passi avanti, il canale Horeca e le enoteche sono pronte a ripartire.

Come riportato da Wine World Magazine (supplemento in lingua inglese del Corriere Vinicolo), dopo un 2020 che ha visto cali di valore del -15%, **quest'anno si prevede un rimbalzo del +9%**, per un valore di 350 miliardi di dollari. Ma la strada per tornare ai livelli pre-Covid è molto lunga. Soprattutto per ristoranti e bar che, pur leccandosi ancora le ferite, devono recuperare lo squilibrio creato nei confronti della grande distribuzione, oggi dominatrice assoluta dei consumi.

Il Covid ha lasciato profonde cicatrici nel tessuto dell'industria mondiale del vino. A testimoniare come gli assetti e gli equilibri su cui si basava il settore siano completamente crollati, è il rapporto di forza tra i due

grandi segmenti dell'off e on-trade.

Se, prima della pandemia, off e on-trade generavano valori più o meno uguali, con una leggera prevalenza per l'on-trade (197 miliardi di dollari contro 178 per supermercati e negozi specializzati), nell'anno in cui è comparso il virus **questo rapporto è stato completamente ribaltato a favore della grande distribuzione**, balzata a 208 miliardi di dollari di vendite, per un totale del 65%. I volumi sono saliti oltre l'80%: storicamente si attestavano intorno al 70%.

Non basterà certo un anno per tornare come prima, anche perché l'Osservatorio del Vino dell'UIV prevede per il 2021 un'ulteriore crescita dell'off-trade (218 miliardi di dollari, +5%, contro il +16% dell'on-trade, che rimarrà sotto il 40% della quota totale di vino venduto).

Probabilmente ci vorrà ancora più tempo prima che il settore della ristorazione riprenda il suo ritmo regolare, dopo aver sperimentato chiusure, restrizioni, probabili fusioni, analogamente a quanto accaduto nel settore della grande distribuzione tempo fa. Questo comporterà probabilmente un **rafforzamento delle catene di ristoranti**, con esiti più simili ai supermercati che ai classici ristoranti. Naturalmente, ci sarà anche una **ridefinizione dei criteri classici di approvvigionamento** da parte di tutto il settore: meno scorte accumulate, più domanda 'just-in-time' e volumi più bassi.

La distribuzione moderna è stata la vera vincitrice durante l'emergenza Covid ed anche le cantine che hanno puntato gran parte del loro business nella distribuzione possono considerarsi parte di questa vittoria.

Tuttavia, parlando di cicatrici, va osservato che, nonostante un ritorno alla crescita dei consumi e degli acquisti, **il valore del vino venduto nel 2021 è ancora lontano dai livelli pre-pandemici**.

Il saldo totale accumulato nel 2020/21 sul 2019 prevede una

perdita di 80 miliardi di dollari generata da +71 miliardi nell'off-trade e -151 nell'on-trade.

Per quanto riguarda i **volumi**, grazie ai saldi positivi generati dai supermercati che hanno in parte assorbito l'erosione subita dal canale Horeca, il **totale nel 2020 è rimasto stabile sui livelli pre-pandemia** (circa 300 milioni di ettolitri), con un aumento previsto a 316 milioni nel 2021. **Storia diversa per il valore**; il balzo della GDO (+17% 2020/19) non è riuscito a contenere il -43% dell'Horeca, equivalente a una perdita di 84 miliardi di dollari, con un saldo totale di -54 miliardi.