

Il day after di Covid-19: tante domande poche risposte

scritto da Astrid Panizza | 27 Aprile 2020



Vero è che la Pandemia di Covid-19 ha cambiato il modo di vivere di tutti noi in poche settimane. Il mercato delle bevande alcoliche ha subito un forte rallentamento a causa della totale chiusura del canale horeca e il conseguente spostamento sul consumo al dettaglio e online.

La situazione attuale è instabile e cambia giorno per giorno, tuttavia, nonostante la situazione di emergenza, vi sono alcune tendenze che stanno emergendo e crescendo al punto da diventare vere e proprie mode del momento. Si tratta di sei trend che, secondo IWSR, tra le più autorevoli fonti di analisi dei mercati delle bevande alcoliche, hanno provocato un impatto significativo nel breve termine, ma che non è sicuro diventeranno dei veri e propri canali di consumo sul lungo periodo. Quali sono le prospettive prese in considerazione? Analizziamo la situazione punto per punto.

E-commerce: una necessità per il successo aziendale

A causa della chiusura dei maggiori canali di vendita e le continue restrizioni quotidiane che non permettono di svolgere una vita normale, in questo periodo sono cresciute esponenzialmente le vendite tramite e-commerce. Secondo Drizly, piattaforma nordamericana di vendite online dedicate a bevande alcoliche, a partire da metà marzo si è notato negli Stati Uniti, un aumento pari a più del triplo delle vendite nei primi mesi del 2020. Più modesta la crescita nel Regno Unito dove si è registrato un incremento del 40-50% nelle consegne a domicilio di soli prodotti enologici. In Italia l'aumento di vendite online è stato del 100% per la sola enoteca virtuale più grande della nazione, Tannico.

Per quanto riguarda le cantine, chi non aveva già un canale e-commerce (ed ha quindi spostato le vendite su quel canale) e ha deciso di crearlo appositamente, ha fatto una scelta vincente. Per molte persone, infatti, ordinare online è stata una novità che non avrebbero mai conosciuto senza quest'emergenza e chissà, potrebbe rappresentare per loro in futuro una nuova abitudine.

Scegliere il più popolare e collaudato. Ma che fine faranno i piccoli artigiani?

Una delle tendenze di questo periodo è affidarsi a marchi conosciuti, sicuri, che offrono prezzi economici e spesso fanno buone offerte.

Questa mentalità, sempre più crescente nelle ultime settimane, presenta grosse ripercussioni sui piccoli artigiani, che spesso non possono permettersi di offrire lo stesso prezzo delle grosse aziende.

“Sono i piccoli produttori quelli che subiscono l'impatto maggiore ” spiega Alastair Smith, direttore di IWSR ” in quanto i consumatori sono meno inclini a comprare una bottiglia di prodotto artigianale se non sanno come possa essere”. Il beneficio che potranno ottenere i produttori artigianali potrà essere quello di vendere i loro prodotti più avanti, quando si potrà ritornare alla vita normale, sperando

in una ripresa economica. Questo non sarà possibile invece per i prodotti come la birra, che vanno consumati in breve tempo.

#iodegustoacasa: è questo il nuovo modo di “uscire a bere qualcosa” rimanendo tra le mura domestiche?

Abbiamo letto l’hashtag #iodegustoacasa ormai dappertutto, assieme agli ormai noti #iorestoacasa e #andratuttobene. E’ diventato questo il nuovo motto di milioni di italiani che replicano le uscite a bere un bicchiere al bar, ora però comodamente seduti sul divano o sul balcone di casa.

Sarebbe interessante capire se questo trend potrebbe rimanere anche in futuro. Resta però la crescente necessità di interazione sociale, che soprattutto oggi è l’elemento mancante nelle vite di tutti noi. Difficile quindi pensare a #iodegustoacasa anche dopo la fine della quarantena.

Sobrietà, questa sconosciuta

Convivere con la distanza sociale e il lockdown, rimanendo in casa per lungo tempo, ha fatto sì che le persone dessero priorità al comfort e al relax, piuttosto che alla moderazione e al fitness. Tuttavia questo cambio è presumibile sia solo temporaneo.

Una volta finita la quarantena e messe da parte le distanze sociali, molti consumatori vorranno tornare a bere meno, ma meglio, seguendo uno stile di vita sobrio e salutare. Se non altro, questa crisi probabilmente enfatizzerà il consumo di bevande a basso contenuto alcolico nel lungo periodo.

Filiera produttiva: assistere alla ripresa

Le sfide che sta fronteggiando in questo momento la filiera produttiva delle bevande alcoliche in tutto il mondo sono svariate e complesse. Nonostante le feste nazionali e religiose vissute in questo periodo di lockdown, i consumi di bevande alcoliche non sono state le stesse di sempre, chiaramente. La paura è quella che molte aziende facenti parte della filiera produttiva, non riescano a superare questo momento.

Quale futuro per il Travel Retail?

Si parla di Travel Retail quando, in aeroporti o stazioni ferroviarie, si incontrano prodotti in vendita come per esempio bottiglie di vino, liquore o grappa.

Quale sarà quindi l'impatto di questo tipo di commercio, una volta ritornati alla normalità? Molte persone che, prima dell'emergenza viaggiavano spesso per lavoro, vedranno i loro viaggi dimezzati, soppiantati dalle ormai in voga videoconferenze anche a lunga distanza, senza dover per forza spostarsi.

Nel lungo termine, la questione da porsi è se le persone sceglieranno di tornare a viaggiare tanto quanto viaggiavano prima della pandemia".

Sei trend da considerare, sei grandi punti interrogativi sul futuro. Una sola risposta a tutto ciò: aspettare e sperare in una graduale ripresa del settore.