

In UK cresce il ruolo dei convenience store nella vendita del vino

scritto da Francesco Piccoli | 6 Aprile 2018



Secondo l'IGD, l'Institute of Grocery Distribution che è un'organizzazione inglese che si occupa di analizzare la catena di distribuzione di cibi e bevande nel paese, si sta assistendo ad un cambiamento importante nelle abitudini della popolazione che sta sempre più abbandonando le grandi spese al supermercato una volta a settimana o al mese in favore di spese più piccole, anche giornaliere, spesso di impulso. Spese che vengono fatte in minimarket di zona, meglio se vicino a casa, che faranno sì che questo settore arriverà a valere 41,9 miliardi di sterline (quasi 48 miliardi di euro) entro il 2021. E' quanto ha riportato recentemente il bisettimanale online Grapevine.

Nel Regno Unito, molte cantine e distributori si sono resi conto già adesso di questa piccola rivoluzione. Infatti le vendite di vini fermi e di quelli frizzanti in questo settore

sono già arrivate a quasi due miliardi di sterline (circa 2,3 miliardi di euro euro), il che rappresenta quasi un terzo del mercato del settore alimentare. Ci sono addirittura etichette molto famose che hanno costruito la loro reputazione esclusivamente grazie alle catene di minimarket ma anche grazie ai negozietti indipendenti. Però molti altri ancora restano legati alla vecchia catena di distribuzione dove i grandi supermercati gestiscono il traffico e i negozi specializzati e i ristoranti si occupano del valore.

Quindi il settore della spesa impulsiva, della spesa fatta giusto per la cena o per il pranzo, è ancora fortemente inesplorato. Nel Regno Unito si parla di più di 15.000 minimarket che fanno parte di una qualche catena, di 47.000 convenience store e di 20.000 negozietti indipendenti. Tutti posti dove si può comprare qualcosa sulla via di casa, magari anche una bella bottiglia di vino da gustarsi a cena. Una situazione ben diversa dalla vecchia idea della spesa grande una volta a settimana o al mese.

Qual è quindi il consiglio di Grapevine per tutte quelle cantine che vogliono entrare in questo settore?

Basta girarci attorno. È necessario che diventi la priorità numero uno e quindi è necessario capirne i meccanismi più profondi. Si può iniziare andando alle fiere di settore, seguendone tutti i mezzi di informazione e visitare le location in modo da comprendere in prima persona come funziona il settore dei convenience store. Visitare i negozi è molto importante, specialmente quelli che hanno vinto premi, per capire come trattano il vino e quali sono i vini vincenti e perché. Inoltre spesso non si tratta di retailer classici per il mercato vitivinicolo. Spesso più che al sapore di un vino sono interessati a quanto possono guadagnarci sopra.

Inoltre bisogna anche allontanarsi dall'idea che i minimarket vendano solo vini di scarsa qualità al prezzo più basso possibile. I clienti di questi negozi ormai sono gli stessi che comprano bottiglie nella fascia premium e che quindi ne

comprerebbero volentieri una nello stesso posto dove fanno la spesa. Infatti molte catene di minimarket stanno investendo molto in etichette premium, rafforzando il concetto che questo tipo di negozi si rivolge ad una fascia di clientela molto più ampia di quello che si crede.

Per concludere, questo settore è uno dei più importanti da conquistare da parte di produttori, importatori e distributori del nostro settore e la sua rilevanza non farà altro che crescere. Questo perché il click-and-collect, la possibilità di acquistare online e ritirare in un negozio fisico, è un metodo sempre più affermato di fare la spesa. Sempre più marchi, fornitori di servizi e terze parti si appoggiano a questa rete di negozi indipendenti per i loro ordini online e Amazon ne è la prova. Questo è il motivo per cui Tesco, una delle catene di supermercati inglesi più importanti, sta investendo moltissimo in questo settore e per cui molte cantine dovrebbero iniziare a crederci e ad organizzarsi per avere i loro vini sugli scaffali.