

Italia post-Covid: impatti sul mercato del vino

scritto da Emanuele Fiorio | 11 Giugno 2020



Pierpaolo Penco, Country Manager Italia di [Wine Intelligence](#), riflette sull'impatto dell'emergenza Covid-19 sul mercato del vino in Italia e sugli sviluppi che si stanno producendo in questo periodo di ripresa e riapertura.

Come è cambiata la situazione in Italia nelle ultime settimane?

Abbiamo avuto due mesi di lockdown, ma dal 4 maggio abbiamo vissuto un nuovo tipo di normalità in cui stiamo cercando di convivere con il virus. Ci è permesso di uscire di casa, indossando una mascherina quando facciamo acquisti, viaggiamo o andiamo in ufficio. L'industria del vino ha continuato a lavorare sul campo e nella vinificazione durante il lockdown ed ora le porte delle cantine cominciano ad aprirsi ai visitatori e i produttori stanno pianificando la prossima vendemmia.

Quale sarà l'impatto sul mercato del vino in Italia per il resto del 2020?

Stiamo ancora sperimentando un cambiamento nei canali di vendita e mi aspetto che questo continui per tutto il resto dell'anno. Finora, il retail (in volume) e l'e-commerce (in percentuale) sono i vincitori assoluti con un miglioramento delle performance, mentre l'on-trade sta ancora cercando di riprendersi dal lungo periodo di chiusura di bar e ristoranti. Diversi produttori con cui ho parlato mi hanno detto che le vendite sul mercato dell'export sono rimaste stabili durante la chiusura, non sono diminuite molto. Hanno dovuto trovare soluzioni creative per mantenere i contatti con importatori, distributori e opinion leader, ma gli strumenti online (come le videochiamate) hanno aiutato la gestione dei rapporti commerciali, rendendo tutto più agevole.

I consumatori hanno cambiato i loro modelli di consumo? In Italia sono emerse nuove occasioni di consumo domestico?

L'isolamento ha spinto i consumatori di vino a bere più vino a casa ma queste occasioni erano legate ai pasti informali con la famiglia. Durante le prime settimane di blocco, gli eventi sociali online sono diventati molto popolari e le vendite dei negozi e-commerce sono aumentate. Ma ora che i bar hanno riaperto e si può nuovamente fare un aperitivo seguendo le norme di distanziamento sociale, mi aspetto un calo dei ritrovi online, soprattutto da parte delle giovani generazioni.

Quello che sappiamo è che i consumatori italiani abituali di vino, soprattutto le giovani generazioni, dopo il lockdown sono più inclini a provare nuovi stili di vino, in particolare biologici o sostenibili, entrambi considerati come opzioni più salutari.

Come cambierà il mercato del vino in Italia (cioè oltre il 2020)?

La domanda più importante (per il 2020 e probabilmente anche per il 2021) è se e come il canale on-trade potrà riprendersi.

Ora sono aperti 4 ristoranti su 5, ma alcuni sono aperti solo per il take away e la consegna a domicilio.

Il direttore della Guida Michelin, Gwendal Poullennec, ha recentemente dichiarato che meno del 20% dei locali e ristoranti di alta cucina (fine dining) hanno aperto le loro porte e altre organizzazioni di categoria hanno dichiarato che circa il 30% delle attività on-trade chiuderà definitivamente.

Questa è chiaramente una situazione molto preoccupante per l'industria del vino in Italia, non solo per una questione di vendite, ma anche per i problemi di liquidità che renderanno difficile per molti la ripresa.

Per questo motivo molti operatori del settore ridurranno la produzione dell'annata in arrivo del 10-20% (alcune Denominazioni di origine abbasseranno le rese) e saranno autorizzati a distillare circa 1-2 milioni di ettolitri di vino da tavola.

Mi aspetto che alcune aziende vinicole ridurranno l'impegno per sviluppare nuovi prodotti, concentrandosi maggiormente sul brand e sui prodotti base.

Ci sarà un ridimensionamento dell'enoturismo dato che il turismo straniero avrà una ripresa lenta.