

L'evoluzione del mercato Usa visto da Winebow

scritto da Fabio Piccoli | 13 Giugno 2016



Molto interessante la recente intervista che Shanken News Daily (una pubblicazione del gruppo a cui appartiene anche Wine Spectator) ha fatto a David Townsend, presidente e ceo di Wine Group che, dopo la fusione nel 2014 con Vintner Group, ha aumentato ulteriormente il suo peso e ruolo nel panorama degli importatori e distributori statunitensi. Winebow Group, infatti, oggi rappresenta un fatturato di circa 750 milioni di dollari, con una distribuzione di circa 1,4 milioni di casse di vino (quasi 17 milioni di bottiglie) in 19 Stati (che coprono circa il 55% del consumo di vino negli Usa).

Un osservatorio, pertanto, molto interessante e attendibile e che coinvolge le produzioni enologiche di tutto il mondo (con tre divisioni separate in termini di forza vendita e gestione del portfolio), a partire dall'offerta italiana inclusa nella storica Leonardo Lo Cascio Selections (dal nome di Leonardo Lo Cascio uno dei principali protagonisti dell'importazione dei vini italiani nel mercato statunitense).

Secondo il ceo di Winebow allo stato attuale le tipologie di vino che stanno incontrando maggior successo sul mercato Usa sono i rosati "che continuano ad essere un driver importante nella crescita del mercato del vino negli Usa (per loro questa

tipologia è cresciuta nell'ultimo anno di quasi il 40% in volume ndr)", e gli sparkling "che sono aumentati per noi in volume del 15% nell'ultimo anno".

Come già da noi evidenziato in altri articoli l'Australia sta perdendo notevoli quote di mercato sui vini della fascia prezzo al dettaglio sotto i 10 dollari (ma si tratta di una scelta strategica di questo Paese dopo anni di dumping scriteriato) ma è in netta crescita sulla fascia premium (sopra i 15 dollari e oltre).

"Molto favorevole il business dei vini argentini e spagnoli ha sottolineato Townsend e in particolare quest'ultimi con prodotti come ad esempio il Cava di Juvé & Camps (prezzo circa 16 dollari) che è cresciuto del 40% anno su anno".

E i vini italiani?

"Nella Leonardo Lo Cascio Selections ha spiegato Townsend stiamo registrando una forte crescita del Pinot Grigio che rappresenta quattro dei primi sei best seller. E quelli più vincenti sono i Pinot Grigio più cari (a dimostrazione ulteriore del processo di premiumisation del mercato del vino Usa ndr). Molto bene anche un altro grande vino della tradizione enologica italiana come il Brunello di Montalcino. Dopo un periodo di difficoltà, invece, sono in ripresa in blend rossi italiani".

Quale la situazione invece del nostro più "vecchio" competitor, la Francia?

Sul fronte Francia va sottolineato come Winebow, tramite la sua divisione Craft + Estate dedicata specificatamente ai vini francesi e ai vini "icona" provenienti da tutto il mondo, ha accresciuto il suo portfolio in particolare di piccoli Chateaux di Bordeaux "che sono quelli che ci stanno dando più soddisfazione ha evidenziato Townsend a Shanken News Daily grazie anche a prezzi decisamente più abbordabili rispetto agli Chateaux più prestigiosi.

Molto interessante anche l'analisi di Townsend rispetto agli Stati maggiormente dinamici sul fronte vino.

"Il business sta crescendo un po' ovunque nei 19 Stati in cui siamo presenti ha detto Townsend ma in particolare in

Florida, Virginia, Sud Carolina, Illinois e Washington DC. Ed in particolare a crescere il canale dell'on-premise (ristorazione), soprattutto in Florida, Virginia, Illinois e New York".