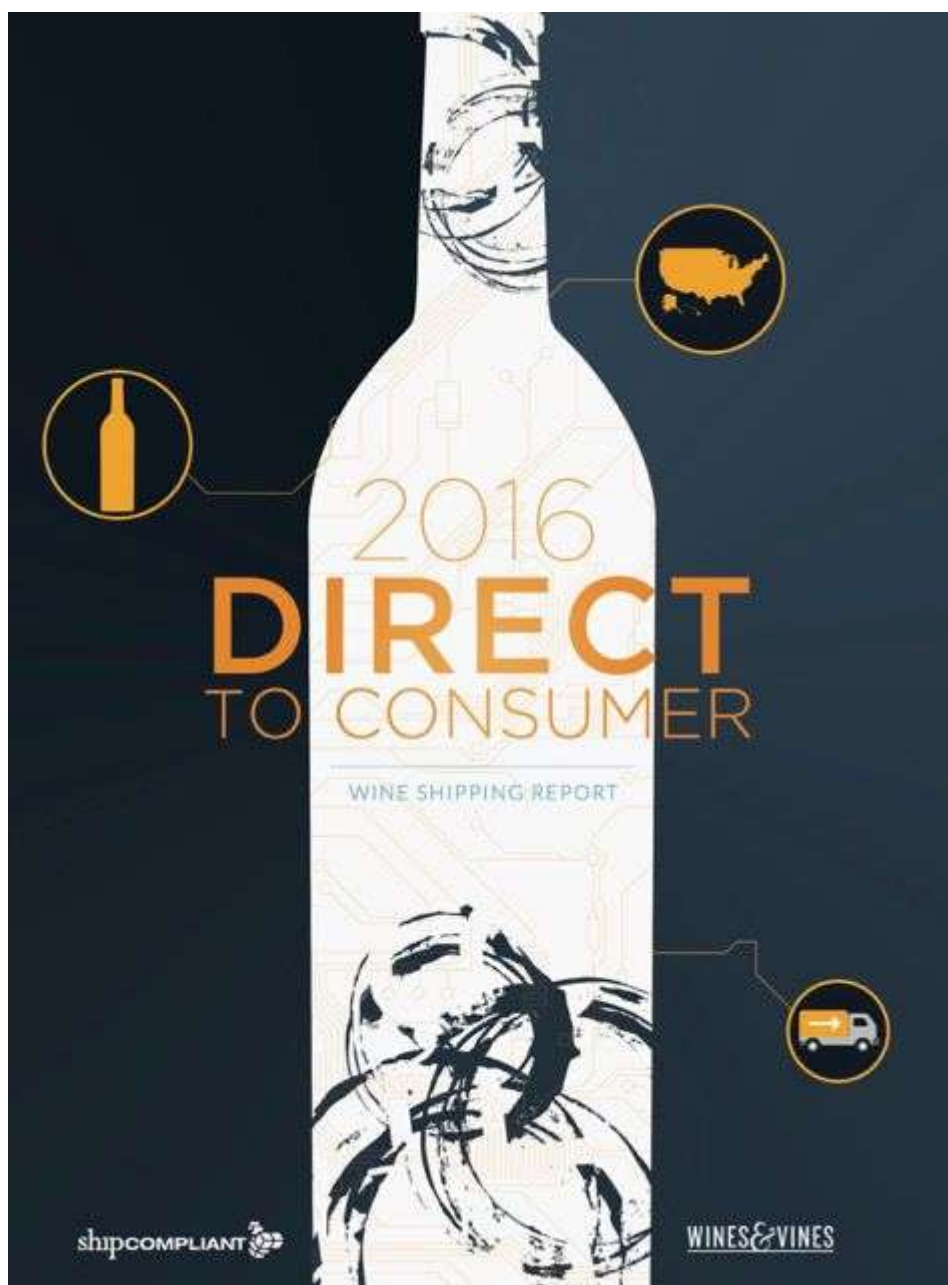


Non si arrestano le spedizioni dirette di vino negli Usa

scritto da Fabio Piccoli | 27 Gennaio 2016



Vent'anni fa chi lo avrebbe immaginato che migliaia di aziende vitivinicole, di tutte le dimensioni, avrebbero spedito attraverso tutti gli Stati Uniti i loro prodotti a milioni di wine lovers e partecipato così alla costruzione di un canale di vendita che oggi vale 2 miliardi di dollari? Inizia così il

2016 Direct to Consumer: Wine Shipping Report, realizzato da Shipcompliant in collaborazione con Wines&Vines. Un rapporto che da anni ormai ci aggiorna puntualmente sull'evoluzione delle spedizioni dirette di vino all'interno del mercato americano. Un canale di vendita che come abbiamo più volte sottolineato sta modificando non poco non solo il tessuto della distribuzione negli Usa ma anche le attitudini dei consumatori del più grande mercato mondiale del vino.

Dal 2010 al 2015, le spedizioni dirette di vino da parte delle aziende a clienti privati sono cresciute del 66%. Lo scorso anno queste spedizioni hanno registrato l'ennesimo record raggiungendo i 4,29 milioni di casse (circa 51,5 milioni di bottiglie) per un valore complessivo di 1,97 miliardi di dollari (con un aumento dell'8,1% rispetto al 2014).

L'aumento dell'8,5% in volume delle spedizioni dirette di vino è decisamente superiore all'aumento del 2,2% registrato nelle vendite del canale off-premise negli Usa nel 2015 (secondo dati Nielsen). Anche l'aumento del valore (8,1%) delle spedizioni dirette supera le vendite off-premise di vino che negli Usa lo scorso anno sono cresciute del 6%.

Lo scorso anno sono state 8.638 le cantine coinvolte in questo canale di vendita, con una predominanza (3.626) delle cantine *very small* (con una produzione tra le 12.000 e le 60.000 bottiglie), seguite dalle 3.157 cantine *limited* (fino a 12.000 bottiglie), le 1.538 *small* (60.000-600.000 bottiglie), le 256 *medium* (600.000-6.000.000 bottiglie), ed infine le 61 *large wineries* (oltre i 6 milioni di bottiglie). Riguardo la dimensione aziendale va evidenziato come negli Usa circa il 40% delle aziende vitivinicole rientra nella categoria *very small*, se a questa percentuale si aggiunge il 37% rappresentato dalle cantine *limited*, ci accorgiamo che in termini di dimensione il tessuto produttivo statunitense non è molto distante dal nostro.

Interessante andare a vedere anche il prezzo medio della bottiglia venduta su questo canale che è stato nel 2015 di 38,23 dollari, pochi centesimi in meno rispetto al 2014.

Un prezzo, però, molto variabile nel corso dell'anno che

testimonia anche l'influenza della stagionalità su questa tipologia di vendita. Si passa, infatti, dai 26,85 dollari del mese di luglio ai 46,93 dollari di novembre.

Sempre sul fronte prezzo c'è da sottolineare come normalmente questo canale non coinvolge i vini di basso prezzo anche se nel 2015 la categoria di vini sotto i 15 dollari è cresciuta del 27,7%. Ma a controbilanciare questa crescita vi è stato l'aumento in valore del 21% della categoria sopra i 100 dollari.

Riguardo la provenienza di questi vini per oltre il 51% si tratta di Napa Valley che distanzia notevolmente altre due importanti regioni produttive degli Usa come l'Oregon (13,3%) e Washington (10,6%). Per quanto concerne la destinazione, invece, oltre il 50% di questi vini viene spedito in cinque Stati: California, Texas, New York, Florida ed Illinois.

Infine un'ultima annotazione sulle tipologie varietali più vendute in questo canale: Cabernet Sauvignon, Pinot Nero, Blend di rossi, Chardonnay e Zinfandel insieme rappresentano il 61% di tutti i vini spediti negli Usa nel 2015. Sono però in netta crescita vini come il Moscato e i rosati che nel 2015 hanno visto crescere le loro spedizioni rispettivamente del 35 e del 30%.