

Pandemia vendite online alle stelle

scritto da Emanuele Fiorio | 9 Aprile 2020



I rivenditori di vino online nei mercati chiave stanno assistendo ad un'impennata degli acquisti, lo riferisce Felicity Carter, caporedattrice di [Meiningers Wine Business International](#).

La pandemia di coronavirus sta causando blocchi e chiusure in tutto il mondo, di conseguenza i consumatori stanno acquistando più vino e cambiando il loro comportamento d'acquisto.

Peter Nixon, category manager presso [Dan Murphy's](#) – una delle principali catene australiane – osserva: **“le vendite online sono in pieno boom, molti clienti non avevano mai utilizzato questo canale in precedenza”**.

Anche le vendite nei negozi fisici anche detti “bricks and mortar” sono in crescita.

Rich Bergsund, CEO di wine.com, riferisce che le vendite sono decisamente aumentate: “rispetto all’anno scorso, la domanda è raddoppiata nell’ultima settimana ed è triplicata lo scorso fine settimana. La domanda proviene sia da clienti fidelizzati che da clientela completamente nuova”.

I consumatori spendono meno per bottiglia (26 dollari, anzichè 32 dollari) ma comprano maggiori quantità.

Nel **Regno Unito**, anche i rivenditori al dettaglio stanno registrando delle impennate. [Majestic Wine](#) ha registrato un aumento delle vendite senza precedenti di vini provenienti da regioni chiave, in particolare Italia e Francia, con **crescite del 44% e del 68% in pochi giorni.**

Chiaramente questo è un segnale del fatto che i clienti vogliono riempire la propria dispensa con vini provenienti da tutta Europa, in previsione di una potenziale interruzione delle linee di approvvigionamento.

Majestic ha visto anche una forte domanda di vino inglese (+124%) e di Sherry (+114%). Robert Cooke, direttore commerciale, ha riferito che **solitamente questi picchi di vendita vengono registrati intorno a Natale.**

L’**Italia**, visto le ultime restrizioni e la situazione di totale isolamento della popolazione è **attualmente il Paese dove si nota maggiormente la crescita delle vendite di vino online.**

Andrea Antinori, fondatore di [Winelivery](#), ha dichiarato di aver registrato un’**impennata della domanda senza precedenti.** L’ha suddivisa per città: a Roma le vendite sono aumentate del 240%, a Milano del 230%, a Bergamo del 220% e a Firenze del 190%.

“Le denominazioni che stiamo vendendo di più sono **Franciacorta, Prosecco, Friuli con i suoi rinomati bianchi, ma anche Falanghina**” ha dichiarato.

Antinori ha rilevato che il comportamento dei consumatori è cambiato all’improvviso, non solo **comprano più spesso, ma spendono di più.**

Negli **USA** le vendite di vino “off-premise” stanno esplodendo, e [Jackson Family Wines](#) è in prima linea con i suoi due brands **Kendall-Jackson e La Crema**. Kendall-Jackson è stato a lungo il brand leader nella fascia super-premium del mercato statunitense al dettaglio (552,4 milioni di dollari nel 2019 e 3,3 milioni di casse), La Crema nel 2019 ha venduto 1,3 milioni di casse ed ha raggiunto i 300 milioni di dollari al dettaglio. Nelle ultime due settimane, entrambi i marchi **hanno registrato picchi di vendite senza precedenti**.

David Bowman, vice presidente esecutivo di Jackson Family Wines ha affermato che “per quanto riguarda le prime tre settimane di febbraio, i vini entry-level erano in calo, mentre sopra i 10 dollari il trend era positivo e sopra i 20 dollari si rilevava una crescita più veloce. Poi è arrivata improvvisamente la settimana del 14 marzo, quando abbiamo riscontrato un picco eccezionale”.

Bowman riferisce che le vendite totali dei vini sono aumentate del 41% per la settimana terminata il 14 marzo, **Kendall-Jackson è cresciuta del 61%, e La Crema è aumentata dell'85%**.

Bowman interpreta questo boom di vendite dovuto all'emergenza Covid-19 come una risposta ad un'esigenza di sicurezza: “in una situazione come questa, uno dei primi pensieri nella mente di un consumatore è quello di semplificare”, ha dichiarato Bowman “tutti cercano di semplificare la propria vita, quindi acquistano etichette di cui si fidano, brand che possono andare bene in qualsiasi occasione”.

Questo non è un momento in cui i consumatori sono inclini a sperimentare.

La domanda chiave è: come verrà gestita questa improvvisa impennata di vendite nel prossimo futuro?

Sarà fondamentale la capacità di garantire e implementare la catena di fornitura, mantenendo i prodotti sugli scaffali e rifornendoli costantemente.

Inoltre i rivenditori dovranno essere in grado di soddisfare la richiesta di consegne alle stelle, avverte Bowman: “l'emergenza COVID-19 accelererà le tendenze che stavano già

cominciando a prendere piede. Sarà una trasformazione per l'e-commerce e la consegna a domicilio. Non torneremo indietro”.