UK: rallentano le vendite nei supermercati in ripresa l'off-trade

scritto da Emanuele Fiorio | 22 Settembre 2020



Secondo i dati Nielsen, **nel Regno Unito la crescita delle vendite nei supermercati nell'ultimo mese è rallentata, mentre il settore off-trade si sta riprendendo.**
Le vendite di BWS (acronimo di Beer, Wine, Spirits) sono ancora in testa alla categoria FMCG (fast-moving consumer goods, ossia i beni di largo consumo).

Secondo i dati Nielsen, ripresi da The Drink Business, relativi alle 4 settimane fino al 5 settembre, **BWS si è dimostrata la categoria più forte nei supermercati britannici, con una crescita del +15%.**

La spinta è guidata dalle vendite di **Champagne (+24%) e spumanti (+17%)**, le vendite FMCG (i beni di largo consumo) si sono stabilizzate al +5,3%.

Gli analisti affermano che la crescita dei supermercati si è "stabilizzata" dopo l'accelerazione dovuta alla pandemia ma sostengono che la crescita online è destinata a proseguire, con le **vendite online di FMCG in crescita del 102%**.

Mike Watkins, UK Head of Retailer and Business Insight di Nielsen ha dichiarato: "I dati Nielsen mostrano che nelle ultime 12 settimane che si sono concluse il 5 settembre 2020, i supermercati hanno registrato un +10% di shopping online rispetto alle 12 settimane precedenti a giugno 2020, mese in cui è stato revocato il lockdown.
Il che significa che **lo shopping online sta prendendo piede** e che gli acquirenti fanno acquisti più spesso, determinando la crescita del canale".

I dati di Kantar (leader mondiale nelle ricerche di mercato e nella consulenza di marketing) hanno mostrato un quadro sostanzialmente simile. **Gli acquirenti del Regno Unito hanno anche speso 155 milioni di sterline in meno nei supermercati** a seguito del lancio del programma governativo "Eat Out to Help Out" e del termine dei programmi di tutela per molte persone vulnerabili.

Anche l'attività promozionale è tornata ai massimi livelli da febbraio 2020, ha osservato Kantar, concentrandosi principalmente sulle promozioni che hanno previsto tagli di prezzo.

Le ultime statistiche hanno anche mostrato la **crescita dei mini-market**, con Kantar che ha evidenziato vendite particolarmente forti per The Co-op (+13,4%) **e per i rivenditori indipendenti** che hanno visto aumentare le vendite del +31%.