

USA, battuta d'arresto per il vino in lattina

scritto da Emanuele Fiorio | 7 Settembre 2022



Nel 2019, le vendite di hard seltzer negli USA sono state impressionanti e visti i risultati che stavano avendo gli alcolici **RTD in lattina**, l'industria del vino ha intravisto in questo mercato una ghiotta occasione per inserirsi, soprattutto per raggiungere e coinvolgere le nuove generazioni, Millenials e Gen Z.

L'industria del vino ha rapidamente preso in considerazione questo formato in grado di garantire comodità e trasportabilità, ampliare l'appeal del vino e raggiungere un nuovo segmento di consumatori.

Già nel 2021 nel Regno Unito le bevande alcoliche in lattina hanno conquistato il 17% della quota di mercato totale, raggiungendo una crescita complessiva del +30% (Nielsen IQ,

dicembre 2021). **Le lattine di vino hanno fatto molto meglio, raggiungendo cifre da capogiro, +187%.**

Ma queste crescite sono state spinte dal fatto che **i grandi rivenditori hanno aumentato notevolmente le loro gamme negli ultimi mesi e questo processo ha squilibrato la percezione della domanda e mascherato le prestazioni reali.**

I brand di vino in lattina infatti non hanno ancora dimostrato una crescita consolidata delle vendite.

Lo dimostra il fatto che ora **il più grande produttore statunitense di lattine sta chiudendo alcuni stabilimenti a causa del calo della domanda**, come riporta Wine Business International in un recente articolo.

Nel febbraio del 2021, dopo un aumento delle vendite dell'11% rispetto all'anno precedente, John Hayes, amministratore delegato di **Ball Corp**, il più grande fornitore mondiale di lattine per bevande, **ha avvertito i produttori di vino e altri che stavano pensando di passare alle lattine** che la sua azienda aveva "una limitata capacità produttiva in questo momento" e **non era in grado di "andare incontro alla domanda".**

Nel novembre 2021, mentre il popolare brand statunitense Babe si preparava a lanciare l'hard seltzer "Babe 100" a base di vino a basso contenuto calorico, altre aziende vinicole che volevano seguirne l'esempio sono state informate da Ball Corp che per servire in modo più efficace la base di clienti non convenzionati, a partire dal 1° gennaio 2022, qualora la fornitura fosse disponibile, avrebbe richiesto un ordine minimo di cinque bilici per SKU per le lattine stampate. In altre parole, le porte sono state chiuse ai produttori di birra artigianale e ai piccoli produttori di vino che non avevano contratti in essere.

Poi la storia è cambiata ed in nove mesi la domanda si è appiattita e si è verificato un calo del 3% degli ordini di lattine per alcolici.

Questo ha spinto la Ball Corp ad annunciare la chiusura definitiva di due dei suoi stabilimenti, Phoenix e St.Paul Minnesota, con una capacità di quasi 4 miliardi di unità. Anche i piani per la costruzione di un nuovo impianto in Nevada sono stati posticipati e la capacità di un impianto esistente verrà rivista.

Per i professionisti del vino è importante separare il vino in lattina dalle altre bevande alcoliche vendute in questo formato. Nel 2020, le vendite di vino in lattina negli Stati Uniti hanno raggiunto i 200 milioni di dollari, su un mercato totale degli alcolici di 250 miliardi di dollari.

Anche se volessimo considerare il vino in lattina in relazione ai 67 miliardi di dollari del mercato vinicolo statunitense totale, **rimane pur sempre un prodotto marginale.**

Come abbiamo visto negli Stati Uniti **il vino in lattina ha subito una battuta d'arresto dopo la fenomenale crescita iniziale, ma ciò non significa che non possa riprendere vigore**, in particolare con l'aiuto di alcuni brand capaci di garantire alti volumi produttivi come Bare, 19 Crimes e Barefoot.