Usa i grossisti puntano su e-commerce ed off-premise

scritto da Emanuele Fiorio | 30 Aprile 2020



Come riporta Shanken News Daily, l'emergenza coronavirus negli Stati Uniti ha avuto un impatto sul business delle bevande a tutti i livelli, i principali grossisti del mercato hanno dovuto adattarsi alle condizioni, **rafforzando le operazioni off-premise ed espandendo le iniziative di e-commerce per compensare il blocco dell'on-premise in tutti gli Stati del Paese.**

Wayne Chaplin, CEO di **Southern Glazer's**, colosso del commercio all'ingrosso da 19 miliardi di dollari ha dichiarato: "abbiamo istituito una task force a livello esecutivo per coordinare i nostri piani di continuità aziendale legati al coronavirus, monitorare la situazione man mano che si evolve e salvaguardare la salute e il benessere dei nostri dipendenti e clienti".

Nei giorni scorsi, l'azienda ha anche introdotto un **nuovo hub online dedicato ai clienti B2B**, con l'obiettivo di aiutarli ad affrontare la crisi del coronavirus nei loro mercati.

Le operazioni online diventano ancora più vitali a causa delle restrizioni introdotte da Covid-19, per questo **Southern Glazer's Proof ha lanciato il proprio e-commerce finora in 28 mercati ed altri si aggiungeranno.**
Secondo il direttore commerciale di Southern Glazer, John Wittig, fino al 1° marzo 2020 il **sito di e-commerce ha generato ricavi per 140 milioni di dollari**: "stiamo ricevendo un sacco di feedback sul sito riguardo l'efficienza e la facilità di utilizzo", dice, aggiungendo che la piattaforma funge anche da "assistente alle vendite 24 ore su 24, 7 giorni su 7, per i nostri team commerciali. Sta aumentando il loro lavoro in modo che abbiano più tempo da dedicare alla consulenza, grazie gli ordini di base che vengono gestiti direttamente dalla piattaforma. Le nostre vendite e consulenze sono migliorate qualitativamente ed aumentate in modo esponenziale".

"**Stiamo riallocando le nostre risorse dal canale on-premise al commercio al dettaglio**, dove stiamo sperimentando un significativo aumento del business", aggiunge Tom Cole, CEO di Republic National Distributing Co. Ltd. (RNDC), realtà che l'anno scorso si è ampliata fino a raggiungere 32 mercati attraverso una nuova joint venture con Young's Holdings.

Per quanto riguarda l'andamento del mercato, i principali grossisti affermano che, mentre il segmento degli alcolici continua ad essere forte, **la categoria dei vini è divenuta complessa e ostica, gli operatori del settore si contendono le quote di mercato.**
"Credo che la grande questione sia l'**effetto dell'hard seltzer sul vino e sui distillati**", dice Wayne Chaplin, CEO di Southern Glazer's, aggiungendo che prima dell'epidemia di Covid-19 i seltzer avevano iniziato "a monopolizzare molte occasioni di consumo on-premise".

Nonostante la situazione rimanga a dir poco difficile, **i principali distributori** stanno investendo ampie risorse per combattere il Covid-19 e **si stanno concentrando sull'off-premise**, sperando che l'aumento delle vendite tamponi l'impatto del blocco dell'on-premise.

Seguici anche sul nostro profilo Instagram https://www.instagram.com/wine_meridian/