Vendite vino Usa: arrivano i primi cali

scritto da Fabio Piccoli | 20 Maggio 2020



Sono segnali contrastanti quelli che ci arrivano dagli Usa in questi giorni. Da un lato, infatti, veniamo rassicurati dai dati Nielsen che riportano le vendite di vino nel canale off-premise (gdo) nelle sette settimane trascorse dalla dichiarazione della pandemia da parte dell'Oms l'11 marzo scorso, che evidenziano un aumento del 34% rispetto lo stesso periodo di un anno fa.

Ciò equivale – come evidenziato da Wine Analytics Report – una media di 360 milioni di dollari spesi a settimana per il vino negli Usa.
Se però andiamo a guardare l'evoluzione nell'ultimo anno, cioè partendo dall'aprile 2019 fino al mese scorso ci accorgiamo che complessivamente il mercato del vino negli Usa è diminuito del 7% (scendendo a 46,5 miliardi di dollari) secondo quanto riportato dall'autorevole società di analisi di mercato bw166.
Il calo è dettato, in particolare, dalla chiusura del canale horeca e dei punti di vendita aziendali e ha coinvolto, in

particolare, la tipologia dei vini da tavola scesa del 7% (42 miliardi di dollari), mentre gli spumanti sono rimasti sostanzialmente invariati (2,1 miliardi di dollari).
E' chiaro l'effetto delle difficoltà del canale on-premise (horeca) che secondo gli ultimi dati CGA di Nielsen nelle 52 settimane terminate il 21 marzo, hanno evidenziato un calo delle vendite dell'1% a valore (17,6 miliardi di dollari) e del 2% dei volumi (scesi a 36,3 milioni di casse).
Anche le importazioni sono diminuite del 3% registrando in questo periodo 1,6 miliardi di dollari.
Complessivamente, pertanto, negli ultimi 12 mesi il mercato del vino negli Stati Uniti è stato di 71,4 miliardi dollari, il 2% in meno rispetto ad un anno e secondo i dati la perdita maggiore è da ascrivere ai vini domestici che hanno perso circa 3,4 miliardi di dollari.
Anche questa perdita dei vini domestici è da ascrivere alla chiusura del canale horeca anche negli Usa. Sul fronte gdo, infatti, le vendite dei vini da tavola e degli spumanti statunitensi hanno registrato aumenti del 26% superando il miliardo di dollari nella quattro settimane terminate il 18 aprile scorso.
La premiumizzazione, fortunatamente, sembra stia riuscendo a sopravvivere alla pandemia.
Le vendite off-premise nelle ultime 52 settimane sono ammontate a $ 11,7 miliardi, in crescita del 4% rispetto a un anno fa. Gli spumanti hanno visto un aumento delle vendite del 6% nello stesso periodo, mentre le vendite di vini da tavola sono aumentate del 4%.
Come era prevedibile le spedizioni Direct-to-consumer (DtC) sono aumentate del 15% ad aprile rispetto a un anno fa, secondo Wines Vines Analytics / Sovos ShipCompliant, per un totale di oltre 372 milioni di dollari. I volumi hanno evidenziato una crescita ancora più rapida, aumentando di un sorprendente 45% a un massimo storico di 943.326 casse. Il prezzo medio però dei vini spediti risultato in calo del 21% rispetto a d un anno fa (32,91 per bottiglia).
Ultima annotazione riguarda il dato occupazionale nelle cantine americane che purtroppo anche ad aprile evidenzia un drammatico calo del 71% in meno rispetto l'anno precedente.
Un dato che fa capire bene come anche gli Stati Uniti stiano pagando un prezzo altissimo a causa di questa pandemia che

speriamo presto allenti la sua morsa.