Vino Usa cresce loff-premise ma è una magra consolazione

scritto da Emanuele Fiorio | 27 Aprile 2020



La nuova **pandemia di coronavirus**, come riferisce Wine Enthusiast magazine, **ha incrementato drasticamente le vendite al dettaglio di vini e distillati**, ma è una amara soddisfazione per le aziende che fanno arrivare questi vini sul mercato. Gli affari sono in pieno boom per alcuni segmenti del sistema di distribuzione mentre altri potrebbero presto fallire.

Importatori, distributori e grossisti hanno visto le loro attività passare rapidamente da un mix di clienti off-premise (consumo al di fuori di bar o ristoranti) ed on-premise (principalmente Horeca) ad una **predominanza netta di clienti off-premise**, dato che bar e ristoranti hanno chiuso o sono passati al take-away.
Ne è testimone Cristina Mariani-May, CEO dell'importatore di New York Banfi Vintners, la quale afferma che le vendite di

Banfi solitamente sono di circa il 60% nei punti vendita ed il 40% nei ristoranti.
"A metà marzo abbiamo iniziato a registrare un cambio radicale. Ora il rapporto è di circa l'84% per l'off-premise ed il 16% per l'on-premise e prevediamo che **l'on-premise potrebbe rasentare lo zero**".

Nel complesso, l'attività di Banfi è cresciuta di circa il 3% in volume e le vendite di prodotti come il Chianti Banfi sono in crescita. Natura, **la rinomata linea di vini biologici cileni di Banfi, è in crescita di oltre il 100%.**
"La mia interpretazione è che la gente va verso i marchi di cui si fida, e il settore del biologico sta andando bene perché ora, **durante l'emergenza coronavirus, la gente è più che mai attenta alla salute**", dice Mariani-May.

Ma guardando oltre i risultati positivi di alcuni brand e segmenti di mercato, ci sono diverse tendenze che annunciano ulteriori problematiche.
Il portavoce di Wine & Spirits Wholesalers of America (WSWA), Michael Bilello, prevede che le vendite al dettaglio di alcolici off-premise si stabilizzeranno ora che la fase di "stoccaggio iniziale" è terminata.
"Non c'è abbastanza consumo domestico per compensare la perdita di vendite nell'on-premise", dice, "per questo i dati da aprile in poi saranno sconfortanti fino a quando ristoranti, bar e hotel non torneranno a regime".

Inoltre, molti sono entrati in crisi a causa dei saldi in sospeso già dovuti ai loro grossisti da precedenti consegne.
"A causa di questa crisi, ci sono concrete possibilità di gravi perdite finanziarie, dovute ai **pagamenti ritardati che si prolungano per un periodo di tempo indefinito**" dice Bilello. "In alcuni casi, ristoranti e bar potrebbero essere costretti a chiudere i battenti senza pagare mai questi debiti".

Il delivery e l'asporto sono sempre più sviluppati e

frequenti. Il più grande distributore di vino del paese, Southern Glazer's Wine & Spirits di Miami, ha annunciato in un comunicato stampa del 6 aprile, i servizi di consegna a domicilio tramite Drizly e Proof ed una nuova piattaforma di e-commerce B2B.

"La supply chain sta facendo un buon lavoro per mantenere i negozi riforniti", afferma Michael Abbate, manager di Blanchards Wine & Spirits a Jamaica Plains, Boston.
"I grossisti più piccoli sono stati i più colpiti, ma anche i grandi grossisti hanno dovuto tagliare, licenziando i merchandiser che lavoravano nei negozi per organizzare gli scaffali.

I bisogni dei dipendenti sono una priorità per Gregory Balogh, CEO di Maisons Marques & Domaines. L'importatore e il produttore hanno iniziato i preparativi già a inizio marzo per far lavorare il proprio personale da casa.
Il 16 marzo è stato chiuso al pubblico l'ufficio di Oakland e quello di Manhattan.
"Ho visto negli occhi della gente che c'era molta paura, così ho preso alcune decisioni per tenerli al sicuro", dice Balogh.
I dipendenti dell'ufficio di Oakland di 8.000 metri quadrati sono stati suddivisi in turni di 4 ore e limitati a non più di due persone alla volta per piano.

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