

Wine2wine, mercato USA: sfide ed opportunità

scritto da Emanuele Fiorio | 28 Ottobre 2021



Nell'ambito del wine2wine 2021, abbiamo seguito la conferenza di **Gianluca Queiroli**, CEO e proprietario di Wine Empire (retailer di vini pregiati) e **Ciro Pirone**, direttore di Italian Wines per Horizon Beverage Company) dal titolo **"Formazione e aggiornamento sul mercato del vino in USA (Nord – Est)"**.

L'incontro si è concentrato sull'**analisi del mercato del vino USA attuale, sui lasciti del periodo pandemico, sulle prospettive e sulle sfide del prossimo futuro.**

Gianluca Queiroli

Ricevo molti contatti di produttori che vogliono entrare nel mercato statunitense ma come spesso ripeto, non è così facile perché è caratterizzato dal noto **sistema a 3 livelli (3-tier system)** e ci sono 3 diverse figure professionali coinvolte nel processo di vendita.

Il primo è il produttore o l'importatore, poi c'è il distributore o grossista ed il terzo è il commerciante al

dettaglio o retailer che può gestire non solo un negozio di vino, un bar, una enoteca ma anche un ristorante. I consumatori di vino sono la parte finale di questo processo. È importante capire che gli USA sono un governo federale e le **normative sono diverse tra uno Stato e l'altro.**

Una delle sfide principali è quella di distribuire i prodotti all'interno del Paese e di redimere le controversie.

Un'altro punto chiave da tenere in considerazione è capire come viene consumato il vino negli USA. Non si può consumare vino in strada ed in alcuni Stati non è possibile neppure al ristorante.

Come si è trasformato il mercato negli ultimi anni?

È stato stimato che più del 30% dei ristoranti USA hanno chiuso definitivamente a causa della pandemia.

Ho parlato con diversi retailers e distributori e per quanto riguarda la mia esperienza posso dire che la vendita al dettaglio ha assorbito le vendite perse nell'on-premise.

Soprattutto in California e Florida, si è assistito ad un **aumento di consumatori giovani che provano vini di maggior qualità.** Resta il fatto che gli statunitensi acquistano soprattutto vini nazionali o da distributori nazionali.

Quali sono le sfide e le opportunità?

Le vendite online sono aumentate del 40%, ciascuno di noi ha partecipato o tenuto delle degustazioni online e questo ha aumentato le opportunità per presentare dei brand più piccoli.

Le cose stanno migliorando ma ci sono ancora margini, ci sarà un **aumento delle vendite che si concentreranno su bar e ristoranti e continueranno a prendere sempre più piede le esperienze online.**

Ciro Pirone

Noi siamo i secondi maggiori distributori del Massachusetts e operiamo in 3 Stati. Ci occupiamo anche di distribuzione di distillati, per noi il **2020 è stato il miglior anno di sempre.**

Per quanto riguarda i prodotti italiani costituiscono il 35% del nostro fatturato, noi ci focalizziamo sui vini toscani e siciliani che sono molto apprezzati negli USA.

I piccoli produttori hanno sofferto maggiormente l'anno scorso durante la pandemia perché non avevano una distribuzione bilanciata tra on-premise e off-premise.

Nel 2021 nel primo periodo eravamo ancora in una posizione piuttosto in bilico ma nel secondo trimestre del 2021 c'è stata la riapertura che ha dato molta forza alle vendite.

Una sfida che abbiamo affrontato e che perdura anche oggi è stata **l'aumento della domanda per i vini pregiati.**

Questo processo è avvenuto perché c'era maggior potere d'acquisto, quindi i consumatori avevano la possibilità di acquistare vini di maggior qualità e prezzo.

Una ulteriore difficoltà riguarda i **posti di lavoro**, nel settore del commercio, nella logistica ed in generale in tutta la supply chain, i posti di lavoro sono diminuiti durante la pandemia e molti non sono tornati nel settore, causando difficoltà nel reperire forza lavoro, soprattutto di qualità.