

Una passione incrollabile

MERCATO / L'analisi di IRI ci mostra che, al di là dei numeri negativi delle vendite fuoricasa 2020, i consumatori italiani hanno dimostrato di non voler rinunciare al nettare di Bacco, puntando su prodotti di qualità. Un buon segnale per il futuro.

di David Migliori



Limitarsi a guardare ai “numeri puri” realizzati nel 2020 dal settore del vino fuoricasa, in volume o a valore, serve poco a capire quel potrebbe accadere nel comparto con la riapertura delle attività. I pesanti segni “meno” altro non sono che la ovvia conseguenza di un anno caratterizzato dai lockdown. E anche quando ristoranti e bar hanno potuto lavorare, spesso lo hanno dovuto fare con modalità esclusivamente da asporto, oppure con qualche timida apertura solo a pranzo. Tutte modalità che mal si prestano al prodotto vino che per essere gustato e degustato ha bisogno di un tavolo, del tempo per poterlo apprezzare, meglio ancora se a cena e in piacevole compagnia.

Parliamo d'altro, allora? No. **Virgilio Romano**, Business Insight Director di IRI, ci invita a guardare al di là del 2020, e di ragionare in termini di prospettiva. E lo fa segnalandoci alcuni elementi positivi molto importanti che possono farci guardare al futuro con fiducia e ragionevole speranza.

“Il dato più importante su cui vi invito a riflettere – spiega Romano – è che i dati ci dicono chiaramente che la pandemia non è andata ad intaccare la passione per il vino degli italiani. È vero che i numeri puri raccontano un crollo netto nel fuoricasa, ma se guardiamo all'insieme delle vendite vino (conteggiando quindi i cash&carry e la grande distribuzione), vediamo che le cose sono diverse. Di fronte ai ristoranti chiusi, gli italiani hanno continuato ad acquistare la loro amata bevanda rivolgendosi agli altri canali aperti”.

I numeri che pubblichiamo in questa pagina parlano infatti di una situazione di sostanziale parità delle vendite complessive di vino in Italia nel 2020, rispetto all'anno precedente. Questo non fa che confermare che il calo sia solo contingente alla chiusura delle attività e che con la ripresa i consumi fuoricasa di vino torneranno come e magari anche più di prima. L'ipotesi “più di prima” non è campata per aria. “Se guardiamo agli acquisti di quest'ultimo anno – conferma Romano – ci accorgiamo che la spesa media di acquisto è cresciuta. I consumatori hanno



scelto di comprare vini di prezzo e qualità maggiore rispetto al passato”. E una volta apprezzata la qualità è ragionevole pensare che la stessa ricerca di qualità, appunto, venga trasferita al tavolo del ristorante. Il lavoro che aspetta la categoria degli esercenti è quindi quello di riuscire ad andare incontro alle esigenze di qualità dei consumatori.

Segnalo infine alcuni ulteriori dati ricavabili dall'analisi di IRI. In primis, c'è stata una tenuta del settore del Cash&Carry (che ha fatto registrare un non disprezzabile -10%), rispetto al canale dei grossisti. Significa che alcuni consumatori che prima si rifornivano dai distributori specializzati, si sono rivolti ai C&C.

Un secondo dato interessante, come prevedibile, riguarda la scorsa estate, quando le vendite sono andate bene anche in horeca, mentre i primi mesi 2021, con tutta Italia in zona rossa e arancione, segnalano ovviamente un nuovo stop delle vendite.

Infine, una riflessione. In questa situazione precaria, le cantine più avvedute hanno capito che è sempre saggio diversificare le vendite nei diversi canali e guardare anche all'export. Insomma, una strategia di diversificazione è un buon modo per ridurre i rischi. ©

TOTALE LITRI	ON TRADE		OFF TRADE (Tot Ita+Discount)	TOTALE	VAR. % VS ANNO PRIMA	VAR. % VS ANNO PRIMA		
	GB	C&C				GB	C&C	OFF TRADE
ANNO DIC 2020	71.197.385	43.559.443	76.454.237	879.302.065	1,0	-29,9	-9,2	-0,2
PROGRESSIVO '21 (gennaio e febbraio)	8.061.017	11.566.823	260.771.710	280.399.550	1,0	-39,7	-15,9	11,0
FEB-20	6.630.597	3.245.582	56.293.903	66.170.082	-0,6	1,2	-8,9	-0,2
MAR-20	2.220.223	3.836.310	75.746.012	81.802.546	2,2	-70,4	-11,2	11,0
APR-20	706.224	3.576.978	63.806.248	68.089.450	-0,3	-92,1	-8,3	15,1
MAG-20	2.744.296	3.416.994	63.140.953	69.304.243	1,3	-69,4	-8,6	13,4
GIU-20	8.583.235	4.526.784	69.466.911	82.596.930	3,8	-4,7	-5,1	5,6
LUG-20	10.463.797	3.619.632	52.051.404	66.134.833	2,0	6,0	3,2	1,1
AGO-20	9.693.397	3.556.811	53.910.209	67.159.417	-0,5	1,4	-6,8	-0,4
SET-20	8.753.439	4.511.767	67.977.786	81.242.993	-0,9	4,3	-3,3	-1,4
OTT-20	6.886.867	3.212.304	58.330.588	68.429.759	-0,7	-22,9	-11,2	3,6
NOV-20	3.160.714	2.929.740	64.297.736	70.408.190	-0,4	-56,7	-14,7	7,3
DIC-20	4.696.769	4.031.123	84.908.176	93.536.068	3,1	-53,9	-22,7	12,4
GEN-21	2.902.799	2.634.117	62.388.334	67.925.250	5,4	-56,9	-14,9	14,3
FEB-21	5.158.216	2.918.808	61.261.431	69.338.458	4,8	-22,2	-10,1	8,8