2020 Consumi Spumanti FESTE DICEMBRE FINE ANNO

written by Marco Salvaterra | 11 dicembre 2020

BRINDISI DI FINE ANNO VIRTUALE, QUESTA LA REALTA' DEI CONSUMI. IL CONSUMATORE CERCA RESILENZA, CONVENIENZA, SPERANZACHE TUTTO FINISCA PRIMA POSSIBILE

2020 Consumi Spumanti FESTE DICEMBRE FINE ANNO

…..MA LE BOLLICINE ITALIANE NON CROLLANO. CAMBIANO SCENARIO, MODI, TEMPI, PIACERE, CONVIVIALITA', DICE OVSE-CEVES . FURONO 75/76 MIO I TAPPI VOLATI LO SCORSO ANNO, SARANNO 66/67 MILIONI OGGI (-11,8%)

Si chiude il 2020: anno peggiore del trentennio per il vino italiano. Giù spedizioni e distribuzione Horeca, boom e-commerce e digital experience. Gda cardine della resilienza. I "ristori" promessi non arrivano e i danni al mercato del vino di Natale superano già i 150 milioni di euro al consumo.

——————————————–

di Comolli Giampietro

Sinceramente non mi piace il CinCinWebinar! Eppure va alla grande. Ognuno a casa sua, la sua bottiglia, il o i bicchieri in base al numero dei parents conviventi…..e intanto si chiacchiera e si beve. Ho seguito le mie figlie davanti a zoom e skype con gli amici e colleghi d'ufficio, ebbene stando a casa qualche calice in più a testa si beve. Non ci avevo pensato: che sia la scappatoia smart per non farsi beccare alla guida in stato di ebbrezza tornando a casa!?

L'anno 2020 del vino italiano si sta per chiudere con il risultato economico peggiore del trentennio, dopo anni, soprattutto gli ultimi 6, di grande crescita soprattutto per le bollicine made in Italy, diventate le più prodotte, le più esportate e le più consumate nel mondo. Diverse motivazioni, oltre ai lockdown, hanno inciso in modo

determinante sul crollo di volumi e valori, pur facendo registrare nei primi 2 mesi dell'anno un risultato eccezionale con un +13% in valore e un +9% in volumi nell'export.

Purtroppo i dati relativi alle spedizioni e distribuzione in Italia degli ultimi mesi di consegne (ottobre-novembre) sono i più bassi di sempre. La previsione di un semi lockdown , si è avverato. Con le chiusure, seppur mirate, il settore horeca resta il più colpito, subito dopo il turismo e l'arrivo di stranieri in Italia, anche per le feste di fine anno, in grandi città d'arte e nelle stazioni sciistiche. Luoghi dove i tappi-fungo delle bollicine hanno segnato tutte le feste, cene, incontri, aperitivi nelle varie occasioni di convivialità da Sant'Ambrogio (8 dicembre) all'Epifania (6 gennaio).

30 giorni in cui le imprese italiane realizzano 1/3 del fatturato annuo nazionale. Eppure sembra che la catastrofe che ha colpito altri grandi brand europei, non abbia o non stia affondando il consumo di bollicine italiane.

"Certo è che nessuno parte volendo rinunciare, ma regole rispettate sempre sempre" questo almeno in sintesi il risultato della indagine delle ultime ore di Ovse-Ceves, con qualche differenza fra giovanissimi, anziani e meno anziani. Infatti il canale online e Gda sono fortemente in crescita, in modo maggiore rispetto alla media degli altri mesi di quest'anno. "Un boom di acquisti" verrebbe da dire se non avessimo alle spalle perdite medie in valore del 18% e crollo dei volumi di vini acquistati intorno al 20% in 11 mesi. Bel recupero in estate: ma quanto ci è costato? Per i vini spumanti, a Pasqua, si è toccato il picco negativo del 55% in meno di spedizioni/vendite in un solo mese. Facendo un calcolo stimato, tenendo conto dei trend nei giorni di metà dicembre riscontriamo un +9% in valore negli acquisti in Gda e un +8% in volumi per le bollicine, un +3% rispetto ai mesi precedenti per i vini tranquilli. Altri due dati emergono dall'indagine Ovse: tenuta se non aumento sia degli acquisti che delle spedizioni in enoteca e per pacchi regali. Meno pacchi misti, più confezioni (+14%) di sole bollicine: proporre la briosità come scacciaproblemi, un po' euforia per andare oltre. Questa la motivazione dichiarata dal 70% degli intervistati. Meno convivialità in presenza, ma più condivisione, più partecipazione a distanza, ma anche più frugalità. Le bollicine italiane reggono ancora il confronto. Molto meno bene le bollicine francesi.

Fra brindisi virtuali, bottiglie a casa, acquisti in gastronomie e enoteche, regali, il boom dell'e-commerce e il trend della Gda….. fanno ben sperare anche per il dato complessivo annuale. Nel 2019 si toccò il record di 75/76 mio/bott nazionali stappate solo per le Feste di fine anno. Quest'anno, sulla base degli ordini anche anticipati di settembre e fatture emesse, spedizioni, acquisti, consegne, regali – un po' a sorpresa – emerge un dato non catastrofico: si stimano 66-67 milioni di bottiglie (-11/12%) pronte per essere stappate. Mancano tutte le bottiglie della ristorazione, dei bar notturni, delle discoteche.

"Quindi le bottiglie sulla tavola delle feste, almeno quelle domestiche, in pochi e con tutte le giuste precauzioni, non dovrebbero mancare, purché convenienti ", sottolinea Ovse-Ceves. Come sempre, soprattutto in Gda, le promozioni last minute saranno molto interessanti e potrebbero anche migliorare i dati. Questo dimostra che c'è anche un problema di disponibilità verso le etichette a più altro valore e brand. Il sondaggio compiuto a cavallo delle feste dell'Immacolata (1842 referenti) svela che gli italiani nel dicembre 2020 mettono al primo porto tutto quello che risulta essere "conveniente", in una specie di gara fra il non rinunciare ma spendendo meno in ogni caso. Chi per obbligo, chi anche per necessità. L'aumento delle vendite di vino tranquillo e spumante online e le quote di etichette di bollicine nelle confezioni regalo, in parte frenano il danno e in parte colmano il gap dei consumi fuori casa. Aumentati anche gli ordini-consegne per regali direttamente nelle cantine che hanno attivato e comunicato il servizio con alcuni interessanti sconti (anche 25%) per qualche cassa. E' evidente in questo frangente quanto i consumi fuori casa sono più importanti lontano dalle canoniche festività, influenzando più il report globale dell'anno 2020.

Solo negli ultimi 30 giorni dell'anno, registriamo un danno alla produzione di vini spumanti di € 60 mio/euro e un danno al consumo di oltre € 150 mio/euro. Un gap così alto fra produzione e consumo che deve far riflettere. Da qui il dato della perdita di circa 5 mld/euro di mancata spesa degli italiani e dei turisti che non ci sono, che vengono in Italia (2 su 3 adulti) soprattutto per l'enogastronomia. Un asset nazionale, quello eno-alimentare-gastronomico, che forse non è stato ancora collocato nella giusta dimensione e valore per il Paese Italia. Un danno reale che va ben oltre i ristori promessi e non ancora arrivati.

Effervescenze lungo il Po ph GiòMartorana