

Reazione dei consumatori di vino al Covid-19 in Svizzera

Philippe Masset¹, Alexandre Mondoux², & Jean-Philippe Weisskopf³

La crisi causata dalla pandemia di Covid-19 ha degli effetti drammatici su molte industrie, compresa l'industria vinicola. L'OIV (Organizzazione Internazionale della Vigna e del Vino) prevede un calo delle vendite del 35% in volume e del 50% in valore nel 2020 in Europa. In Svizzera, le cifre non sono affatto migliori. La cifra d'affari del settore è già diminuita del 35% durante il semi-contenimento secondo l'ASCV (Associazione svizzera per il commercio dei vini). L'attività economica è ora ripresa, ma le prospettive rimangono piuttosto negative. La pandemia ha impedito molti eventi estivi che di solito generano vendite significative di vino. Per quanto riguarda i ristoratori, non hanno venduto vini negli ultimi mesi e quindi non hanno né la necessità né i mezzi finanziari per fare degli stock in questo momento.

Questa situazione lascia prevedere delle difficoltà a breve, medio e potenzialmente a lungo termine per l'industria vinicola svizzera: mancanza di liquidità, problematiche commerciali e logistiche (cosa fare con la vendemmia 2020 a venire?), Posizione competitiva rispetto alla produzione estera, i cui prezzi sono probabilmente in calo (per esempio, i vini di Bordeaux del 2019 sono attualmente in vendita a prezzi inferiori dal 10% al 35% rispetto allo scorso anno).

Al fine di avere una visione più esaustiva della situazione e delle prospettive per l'industria, l'Ecole hôtelière de Lausanne e Changins, in collaborazione con la European Association of Wine Economists (EuAWE), hanno condotto uno studio sul comportamento dei consumatori di vino in Svizzera durante il periodo di semi-contenimento e le loro anticipazioni.

Campione e profilo degli intervistati

Il questionario ha ricevuto un totale di 927 risposte da tutta la Svizzera. Gli intervistati avevano la scelta di rispondere in francese (56% degli intervistati), tedesco (21%), italiano (12%) e inglese (11%). La stragrande maggioranza degli intervistati vive in Svizzera (92%) o nella vicina Francia (5%). La maggior parte degli intervistati di lingua inglese vive anche in Svizzera e lavora nel settore terziario; possiamo quindi considerare che si tratta principalmente di espatriati. I cantoni meglio rappresentati sono quelli di Vaud, del Vallese e del Ticino. Seguono gli altri cantoni di lingua francese e i grandi cantoni di lingua tedesca di Berna, Lucerna e Zurigo.

Gli uomini rappresentano poco più della metà degli intervistati (58%) e le fasce di età tra 18 e 30, 31 e 40, 41 e 50 e 51 e 60, rappresentano ciascuna tra il 20% e il 25 % delle risposte. Gli over 61 rappresentano quindi poco più del 10% degli intervistati. La maggior parte degli intervistati è attiva nel settore terziario (70%) e vive in coppia (54%), senza figli nella famiglia (69%) e gode di una situazione finanziaria che consente loro di "vivere comodamente" (63%).

¹ Ecole hôtelière de Lausanne, HES-SO Haute école spécialisée de Suisse Occidentale, Route de Cojonnex 18, CH-1000 Lausanne, Suisse. Email: philippe.masset@ehl.ch.

² Changins, Route de Duillier 50, Case postale 1148, CH-1260 Nyon 1, Suisse. alexandre.mondoux@changins.ch.

³ Ecole hôtelière de Lausanne, HES-SO Haute école spécialisée de Suisse Occidentale, Route de Cojonnex 18, CH-1000 Lausanne, Suisse. Email: jean-philippe.weisskopf@ehl.ch.

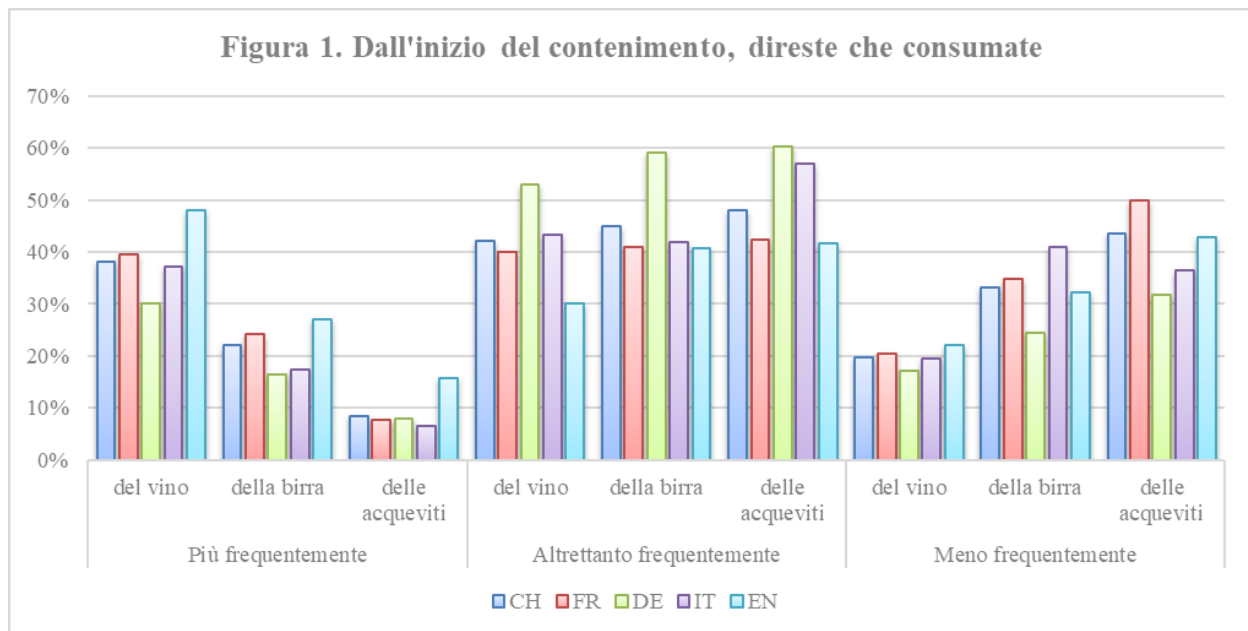
In termini di consumo, il 95% degli intervistati dichiara di aver bevuto vino almeno una volta al mese prima del contenimento. La maggioranza andava anche nei ristoranti almeno una volta al mese (92%) prima del contenimento. Molti intervistati partecipano almeno occasionalmente a delle degustazioni nelle aziende viticole (84%), nelle fiere (77%) o durante le "cantine aperte" (76%) e si informano sul vino attraverso diversi media come siti internet (48%), riviste (30%), social media (27%) e libri (26%).

In breve:

- I 'intervistato standard di questo studio può quindi essere descritto come un amante del vino.
- L'origine degli intervistati riflette la ripartizione della produzione viticola nel paese.
- **Il campione sembra rappresentare la diversità dei consumatori di vino in Svizzera.**

Gli svizzeri, soprattutto i latini, hanno consumato più vino durante il contenimento

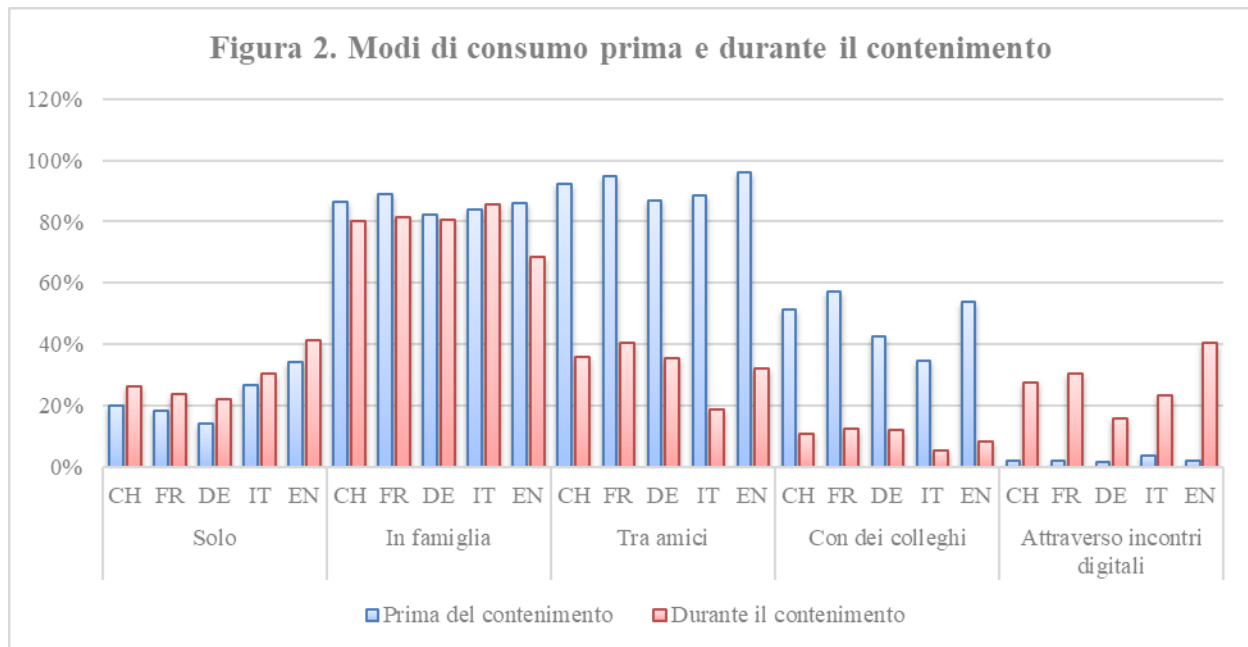
La Figura 1 illustra una tendenza **all'aumento del consumo di vino a scapito di quello della birra e delle acqueviti**. Possiamo anche constatare che le persone più direttamente colpite dall'epidemia sono quelle che hanno maggiormente modificato il proprio profilo di consumo. Pertanto, la stragrande maggioranza degli intervistati di lingua tedesca non hanno modificato il loro consumo di alcol. Anche la Svizzera tedesca ha registrato un periodo di semi-contenimento, ma il tasso di incidenza del Covid-19 (fonte: OFSP, dati del 04/06/2020), ad eccezione di Basilea e dei Grigioni, è rimasto più basso della Svizzera romanda e del Ticino. Questa analisi è confermata dal fatto che solo il 20% dei germanofoni afferma di sentirsi vulnerabile in seguito all'epidemia contro rispettivamente il 30% dei francofoni e il 29% degli italofoeni.



Comparsa di nuovi modi di consumo

La Figura 2 illustra sia alcune differenze culturali tra le regioni linguistiche in termini di modi di consumo sia l'impatto del distanziamento sociale su questi ultimi. Prima della crisi, la maggior parte degli intervistati consumava spesso vino in famiglia (87%), tra amici (92%) e con dei colleghi (51%). Nella Svizzera italiana

e tra gli espatriati, era anche comune consumare da soli (27% tra le persone di lingua italiana e 34% per le persone di lingua inglese). D'altra parte, quasi nessuno ha consumato "online".



La crisi ha portato a grandi cambiamenti. Il consumo tra amici e colleghi è crollato, ma non è del tutto scomparso - un riflesso del contenimento flessibile praticato in Svizzera. Quasi un terzo della popolazione è regolarmente impegnato in degustazioni di vini a distanza. Il cambiamento è stato particolarmente marcato tra le persone di madrelingua inglese (aumento dal 2% al 40%), questo è senza dubbio spiegato dalla loro particolare situazione con parenti sparsi in diversi paesi e talvolta in diversi continenti. In maniera generale, il 67% degli intervistati afferma di aver "organizzato o partecipato a riunioni digitali per bere un bicchiere [di vino o altro] con la famiglia o gli amici" dall'inizio del contenimento. Ma solo il 18% prevede di continuare a farlo in futuro. Sembra quindi che **questi modi di consumo riflettano una tendenza effimera intrinsecamente legata alla natura delle misure adottate per contenere la pandemia.**

Si osserva anche un aumento del consumo "da solo", che potrebbe far temere un aumento dei casi di consumo a rischio (dipendenza). Fortunatamente, questo aumento rimane moderato (passando dal 20% al 26% in media sul campione) ed è probabilmente temporaneo.

I consumatori hanno privilegiato le loro cantine

In termini di acquisti, il 57% dei consumatori svizzeri acquista dei vini con un prezzo compreso tra 11 e 20 franchi e il 24% sono pronti a versare più di tale importo per una bottiglia. Queste cifre nascondono delle realtà diverse a seconda delle regioni linguistiche con in particolare i germanofoni che, nella loro maggioranza (58%), sono riluttanti a mettere più di 10 franchi per una bottiglia.

I consumatori utilizzano tre principali canali di acquisto: supermercato (85% degli intervistati che acquistano vino almeno una volta all'anno), negozi specializzati (85%) e acquisti diretti alla proprietà (80%). **Qui traspare una forza dei produttori di vino svizzeri. In effetti, il fatto di vendere in diretta rappresenta molteplici vantaggi** per loro: elenco di contatti sfruttabili in modo diretto dall'enologo per delle operazioni commerciali, stretto rapporto tra il produttore e i suoi clienti - che probabilmente rafforzerà la lealtà per questi ultimi, meno intermediari e una influenza più diretta sulla gestione dei canali di

distribuzione. Va tuttavia notato su questa dimensione un'importante differenza tra le regioni: mentre i latini sono più dell'80% da acquistare direttamente dai produttori, meno del 60% degli svizzeri tedeschi fanno lo stesso.

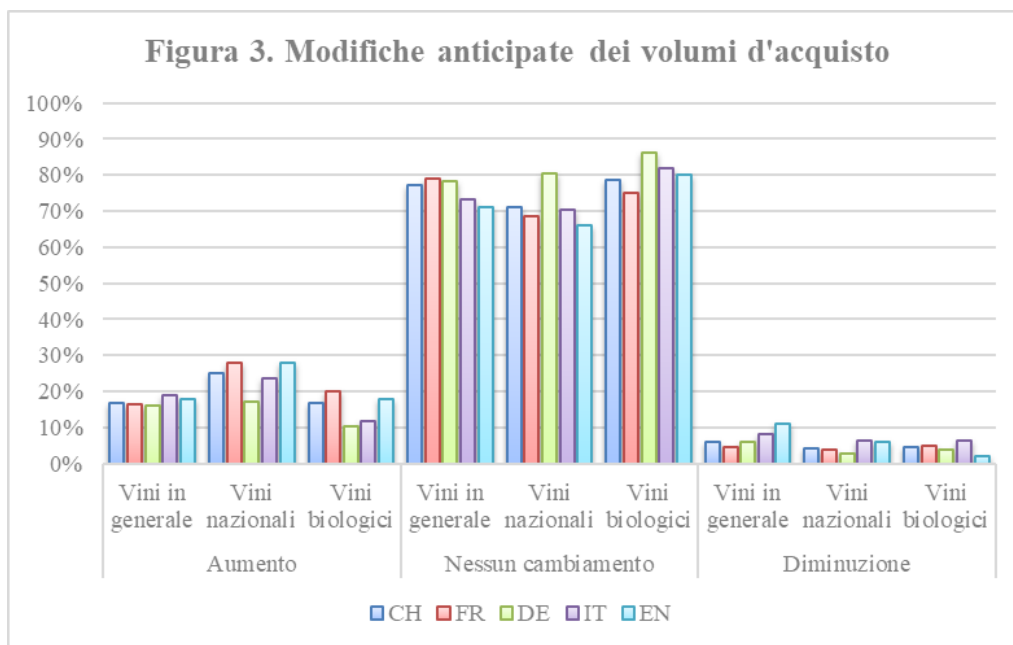
Dall'inizio della crisi, tuttavia, quasi $\frac{3}{4}$ degli intervistati non ha acquistato vino. Solo il 30% degli intervistati dichiara di aver acquistato vino online, di cui il 6% per la prima volta e l'8% in più grande quantità del solito. Nel complesso, gli intervistati hanno dunque, senza sorpresa, speso un po' meno del solito per il vino (il 22% ha speso di più e il 32% ha speso di meno).

Nel complesso, **l'aumento del consumo sopra menzionato è quindi stato fatto a scapito degli stock dei consumatori.** Questa osservazione è coerente con il fatto che la maggior parte dei consumatori possiede una cantina (81%) e che soltanto il 16% degli intervistati afferma generalmente aprire una bottiglia a meno di una settimana dall'acquisto.

Quali prospettive?

La situazione è difficile, i ristoratori e i consumatori hanno ridotto i loro acquisti e, date le condizioni economiche incerte, rimarranno per lo più maggiormente e probabilmente in attesa dei prossimi mesi. Quasi $\frac{3}{4}$ degli intervistati sono preoccupati per le conseguenze economiche e non economiche della crisi per loro e per i loro cari. Numerosi fattori incoraggiano tuttavia ad un cauto ottimismo.

Innanzitutto, la vicinanza dei produttori svizzeri ai loro clienti potrebbe aiutarli a superare la crisi. Il 73% degli intervistati vive a meno di 10 km da una regione vinicola e l'82% conosce personalmente dei produttori di vino. Più di un terzo degli intervistati ha persino dei viticoltori tra i suoi amici. Ovviamente, queste cifre sono ancora più pronunciate quando ci concentriamo sugli intervistati latini, solo il 14% dei francofoni e il 5% degli italofoeni non conoscono dei viticoltori.



In secondo luogo, la maggior parte dei consumatori spera di tornare alle proprie abitudini precedenti una volta che la situazione sarà tornata alla normalità. Il 91% degli intervistati prevede di consumare alquanto

vino di prima e poco più del 5% prevede addirittura un aumento. Come mostra la figura 3, questo aumento dovrebbe essere soprattutto favorevole per i vini nazionali e, in misura minore, per i vini biologici.

Infine, dall'inizio del contenimento, il 54% degli intervistati "crede che dovrebbero acquistare più vino locale per sostenere i produttori locali". Anche in questo caso è necessario sottolineare una diversa sensibilità in base alle regioni: i francofoni e italofofoni sono rispettivamente 65% e 70% d'accordo con questa affermazione, mentre gli svizzeri tedeschi sono principalmente in disaccordo (45% contro, 26% d'accordo e 29% neutri). I produttori di vino svizzeri sembrano essere stati in grado di sfruttare questa tendenza e sono stati molto presenti sui social network poiché oltre la metà degli intervistati afferma di aver ricevuto offerte attraverso questo mezzo.

È evidente che l'industria vinicola svizzera subisce gli effetti negativi della pandemia e si trova ancora ad affrontare una notevole incertezza. Ma **la vicinanza storica che i viticoltori svizzeri mantengono con i loro clienti attraverso la vendita diretta combinata a una volontà - la cui sostenibilità rimane tuttavia da confermare - di consumare più locale offrono delle ragioni per mostrare un ottimismo misurato** in una prospettiva di più lungo termine.

Nota : questo studio è stato realizzato in collaborazione con l'European Association of Wine Economists (www.euawe.com) che ha condotto un sondaggio simile a livello europeo.