

INDAGINE SUI CONSUMI IN TEMPO DI LOCKDOWN

Vino: aumentano gli acquisti online

di Davide Gaeta

Nell'ambito di un'indagine condotta a livello europeo, si è voluto determinare come la crisi di Covid-19 abbia influenzato il comportamento dei consumatori italiani di vino. Il campione italiano ha coinvolto 1.146 consumatori ed è rappresentativo della popolazione italiana rispetto all'età, al reddito e ai settori occupazionali.

Circa la metà degli intervistati vive in aree urbane, in famiglie composte da due adulti, senza figli conviventi e dichiara una situazione economica soddisfacente. Quasi un terzo degli intervistati è impiegato nel settore dell'amministrazione (il meno colpito dalle restrizioni del lockdown).

Da una prima analisi delle risposte degli intervistati emergono alcuni aspetti che si allineano con quanto emerge anche nei Paesi europei oggetto di indagine, pur con alcune particolarità tipiche del comportamento di un consumatore, come quello italiano, a forte socializzazione dei consumi e che nel vino dimostra un'abitudine d'uso più continuativa rispetto ad altri Paesi.

L'indagine, infatti, pur avendo analizzato anche il consumo di altre bevande alcoliche, ha riportato che il

vino rimane la bevanda bevuta più frequentemente dagli intervistati, seguita dalla birra, mentre il consumo di superalcolici rimane più contenuto. Birra e superalcolici tendono a essere preferiti dai più giovani, mentre la categoria più assidua di consumatori di vino sono generalmente uomini d'età compresa tra i 40 e 70 anni.

Nel merito, **crescono gli acquisti online con una quota del 15,4% e superano il canale wine store e quello diretto in cantina, nonostante la massiccia organizzazione di delivery** (scelti rispettivamente dal 10,5% e dal 14,1% del campione).

La digitalizzazione del settore vino emerge chiaramente come principale scoperta del periodo di lockdown; non tanto per gli acquisti, ma per coloro che sono entrati in confidenza con questo canale comunicativo per informazioni (il 30% degli intervistati ha un'app dedicata al vino e il 20% ha seguito video, blog o letto articoli sul vino durante la quarantena). Altrettanto interessante il fenomeno di condividere un aperitivo o un bicchiere di vino «in compagnia» sulle piattaforme virtuali, che però sembra essere circoscritto al periodo di confinamento e difficilmente replicabile (grafico 1).

Tra i cambiamenti nelle modalità

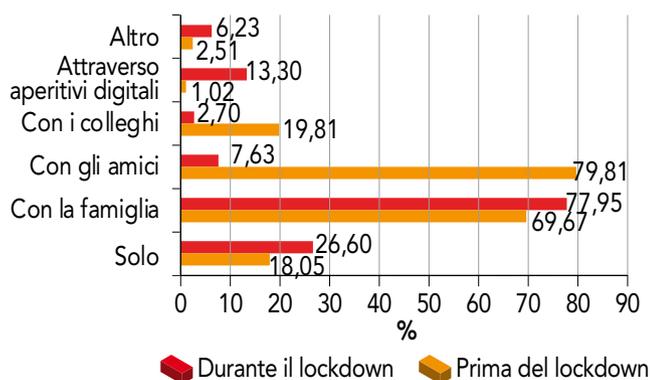
L'impatto del fermo obbligato da marzo a maggio del canale Horeca è stato stimato in circa 2 miliardi di euro di perdita di fatturato per il vino italiano, pari più o meno al 20% circa dei ricavi totali annui

di consumo, considerevole il dato di intervistati che hanno dichiarato di ricorrere al vino dalla propria cantina. **Quasi un quarto degli intervistati dichiara, infatti, di aver attinto alle proprie scorte di vino durante la quarantena. Uno spunto di marketing per le aziende, forse in parte ignorato, dell'importanza di una cantina personale adeguatamente rifornita nelle case degli italiani.**

Infine, una considerazione riguarda il «sentiment» degli intervistati nei confronti dell'acquisto di vino italiano per sostenere l'economia del Paese. Il 70% degli intervistati è d'accordo o fortemente d'accordo con l'acquisto di vino italiano per supportare l'economia nazionale (grafico 2).

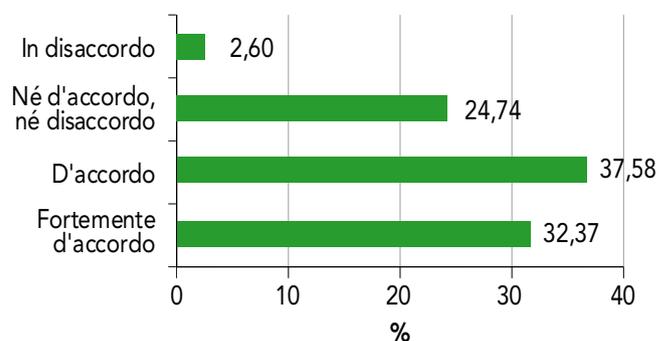
Molte dunque le considerazioni economiche che si possono osservare dall'analisi dei consumi pre, durante e post lockdown. Pur non avendo considerato il dato quantitativo della riduzione delle bottiglie consumate e dei prezzi di acquisto, la ricerca offre

GRAFICO 1 - Abitudini di consumo del vino prima e durante il lockdown



Fonte: Analisi dei consumi di vino prima e durante il lockdown (EuAWE)

GRAFICO 2 - Dal lockdown sento che dovrei acquistare più vino locale per supportare l'economia nazionale



Fonte: Analisi dei consumi di vino prima e durante il lockdown (EuAWE)

considerazioni importanti sul ruolo determinante della socializzazione dei consumi.

A tal proposito il fermo obbligato dei ristoranti e del canale Horeca è stato stimato determinare circa due miliardi di euro di perdita derivante dalla frenata di consumi di vino in Italia nel periodo marzo-maggio; un deficit, questo, equivalente ad almeno il 20% circa dei ricavi non più recuperabili nel corso di quest'anno.

Evidenti i riflessi che questa drammatica contrazione della domanda avrà sulla crisi di liquidità delle aziende vitivinicole italiane; a ciò si aggiunge la diffusa difficoltà lamentata dalle imprese di recuperare gli incassi riferiti persino alle vendite sul canale Horeca della fine dell'anno scorso.

Da qui la necessità di misure urgenti di politica economica per riprendere la crescita dei consumi e rivitalizzare il mercato internazionale, di fatto fermatosi completamente anche per i problemi nei trasporti. Dovranno avere la priorità politiche di incentivazione sia nazionale sia internazionale e campagne di promozione del territorio. Il legame fra turismo, socialità dei consumi ed enoturismo potrà recuperare, almeno parzialmente, le perdite del periodo della fase uno e portare liquidità alle imprese che si sono ulteriormente indebitate avendo continuato l'attività in assenza di ricavi.

Davide Gaeta

Dipartimento di economia aziendale,
Università degli studi di Verona

Si ringrazia il gruppo di lavoro del 34° Hub di Marketing territoriale del Dipartimento di economia aziendale dell'Università di Verona per la collaborazione al presente articolo, nelle persone di Beatrice Baio, Fabiola Fresca, Petra Nardelli e Sofia Pederzoli. L'indagine «Analisi dei consumi di vino prima e durante il lockdown» è stata condotta dall'Associazione europea degli economisti del vino (EuAWE) e dal Centro di ricerca vins et spiritueux de l'Inseec Università di Bordeaux riguardante 8 Paesi europei. La sezione italiana è stata svolta da chi scrive in collaborazione con i proff. Giulio Malorgio dell'Università di Bologna e Luca Rossetto dell'Università di Padova.

Alle cantine servono credito innovativo e più mezzi propri

di **Luca Castagnetti**

Il Centro studi management DiVino ha realizzato nel maggio di quest'anno un'indagine per analizzare l'impatto sui bilanci delle imprese vitivinicole della crisi da Covid-19.

La ricerca presenta tre particolarità che la differenziano da altri studi sul settore:

- l'ampiezza del campione di imprese: ben 618 imprese. Sono state prese in esame anche le realtà minori ampliando lo studio a tutte le imprese italiane del settore che superano i 3 milioni di ricavi;
- l'oggetto dello studio: sono stati analizzati, oltre ai bilanci, anche i rendiconti finanziari per evidenziare come le imprese generano e assorbono la loro liquidità;
- la realizzazione di una simulazione prospettica sui bilanci 2020 che tenga conto della situazione venutasi a creare con la crisi da Covid.

Il campione di imprese analizzate

Abbiamo individuato tutte le imprese italiane con più di 3 milioni di euro di ricavi che sono risultate essere 618 imprese (di cui 200 cooperative e 418 srl e spa). Le abbiamo suddivise in tre cluster sulla base dei loro ricavi:

- le imprese minori, con ricavi da 3 a 10 milioni di euro: 368;
- le imprese medie, con ricavi da 10 a 30 milioni di euro: 162;
- le imprese grandi, con ricavi oltre i 30 milioni di euro: 88.

Analisi economica 2018 e trend 2019

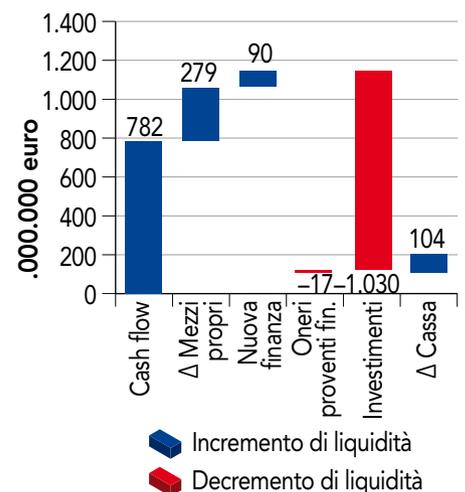
L'analisi economica sui bilanci del 2018 (la disponibilità dei dati del 2019 è ancora ridotta a un 30% del campione e pertanto non è stata qui rappresenta-

L'indagine sull'impatto di Covid-19 sui bilanci delle cantine mostra un andamento negativo dei flussi di cassa, una contrazione degli investimenti e un netto aumento del fabbisogno finanziario

ta) porta una serie di conferme a situazioni abbastanza note e consolidate:

- le imprese minori hanno buoni margini di contribuzione (+37%) ma una bassa redditività netta (+2,1%);
- le imprese medie riducono il margine di contribuzione al +31% con una redditività in crescita al +2,4%;
- le imprese maggiori sviluppano lo stesso trend scendendo a un margine di

GRAFICO 1 - Flussi finanziari del 2018 delle 618 imprese oggetto di indagine



Gli investimenti assorbono liquidità fornita solo in piccola parte (90 milioni di euro) da nuova finanza.

contribuzione del 29,4% e con redditività in crescita al 5,1%.

I motivi di questa diversa dinamica economica risiedono nelle caratteristiche proprie delle imprese appartenenti a ciascun cluster.

Imprese minori. Ricorrono meno ad acquisti esterni e presentano un miglior valore aggiunto. Allo stesso tempo hanno strutture patrimoniali molto pesanti rispetto al totale dei loro asset (immobilizzazioni materiali/totale attivo = 42%). Questa situazione non porta a economie di scala e appesantisce il conto economico con il costo degli ammortamenti.

Imprese medie. A fronte di un maggior ricorso ad acquisti esterni che riduce il margine di contribuzione, hanno strutture di produzione che incidono meno sui loro asset (immobilizzazioni materiali/totale attivo = 36%) e l'accresciuta dimensione della produzione permette economie di scala maggiori.

Imprese grandi. In queste imprese il «peso patrimoniale» della struttura produttiva scende al 25% e l'elevato volume della produzione e vendita sviluppa economie di scala e opportunità

TABELLA 1 - Aggregazione di aziende con ricavi compresi fra 3 e 10 milioni (.000.000 euro)

Conto economico	2018	%	2020	%
Ricavi	2.031	100,0	1.624	100,0
Costo del venduto	-1.278	-63,0	-1.023	-63,0
Margine di contribuzione op.	752	37,0	601	37,0
Valore aggiunto	4058	20,0	244	15,0
Costi del personale	-225	-11,1	-203	-12,5
Ebitda	179	8,9	40	2,5
Ebit	81	4,0	-58	-3,6
Risultato netto	42	2,1	-84	-5,2

Le imprese con 3-10 milioni di fatturato pur avendo un buon margine di contribuzione rischiano nel 2020 grosse perdite a causa dell'incidenza dei costi delle loro strutture. Il risultato netto, in assenza di adattamento alla mutata situazione, rischia di essere del -5,2%.

una diversa tenuta economica dei tre cluster: vanno in forte perdita le imprese più piccole (Ebit -3,6%), in perdita le medie (Ebit -3,5%) e resistono le grandi (Ebit +1,1%). Dal punto di vista finanziario si annullano i flussi generati dalla gestione (per la perdita di redditività e per l'incremento dei magazzini) e diventa assolutamente necessaria una «rivoluzione» nel ricorso al debito e a nuovi mezzi propri.

Particolarmente difficile è la situazione delle imprese minori che producono variazioni negative nei loro cash-flow flussi (-50 milioni) e pertanto

potranno sostenere le loro attività solo con risorse finanziarie assolutamente più consistenti rispetto alla loro consuetudine (tabella 1, grafico 2).

commerciali assolutamente maggiori rispetto alle altre categorie di imprese.

Analisi finanziaria

Per lo sviluppo dell'analisi finanziaria abbiamo utilizzato i dati dei rendiconti finanziari cercando di scoprire come le imprese generino la loro liquidità e come tale liquidità venga assorbita nello sviluppo delle diverse attività aziendali.

Tutti i tre cluster di impresa presentano elevati flussi di cassa generati dalla gestione che, sommati alle variazioni dei mezzi propri sono in grado di coprire i fabbisogni finanziari generati dalle politiche di investimento. I mezzi finanziari presentano delle variazioni in aumento assolutamente minori rispetto agli incrementi degli investimenti nel periodo (grafico 1).

La simulazione sul bilancio 2020

Sulla base dei dati storici abbiamo costruito dei modelli di funzionamento economico e finanziario dei tre cluster analizzati e su tali modelli abbiamo sviluppato una simulazione assumendo le seguenti ipotesi di lavoro:

- riduzione ricavi 2020: -20% su 2018;
- applicazione della cassa integrazione;
- mix CV (costi variabili) e CF (costi fissi) da modello previsionale;
- incremento delle rimanenze: +10% sul 2018;
- Δ immobilizzazioni: 50% del Δ 2017-2018;
- Δ altre voci: invariato al fine di evidenziare fabbisogno di mezzi finanziari.

La simulazione sul 2020 evidenzia

Le azioni da intraprendere

Per mantenere il sistema in equilibrio finanziario, pur con ridotta attività di investimento, a parità di intervento sui mezzi propri, il sistema finanziario dovrà moltiplicare i suoi crediti alle imprese.

In assenza di misure alle imprese finanziario importanti aumenteranno le pressioni al ribasso (già presenti da tempo) per i prodotti in acquisto: uva e vino sfuso. La filiera rischierà di non essere più equilibrata nella distribuzione del valore.

La tensione finanziaria rallenterà il pagamento ai fornitori appesantendo ulteriormente l'intera filiera.

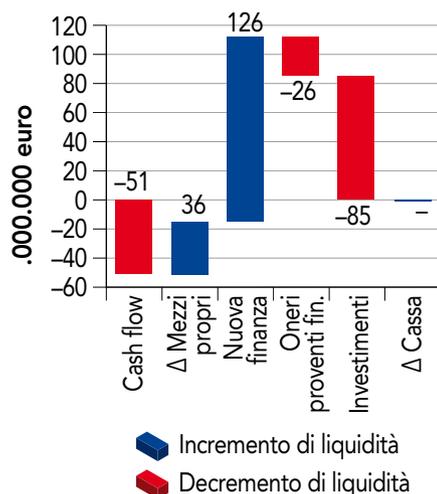
Per modificare uno scenario così complesso gli imprenditori del settore dovranno ricorrere a continue scelte di adattamento e attuare ogni possibile strategia per:

- monitorare i flussi finanziari;
- attuare politiche di risparmio delle spesa che non penalizzino una pronta ripresa (vedi investimenti marketing commerciali);
- sostenere le proprie vendite con aggregazioni per una più efficace internazionalizzazione;
- sviluppare le vendite online;
- costruire nuove relazioni con gli istituti di credito;
- aprirsi ai mercati finanziari.

Luca Castagnetti

Centro Studi Management DiVino

GRAFICO 2 - Flussi simulati 2020: imprese con ricavi compresi tra 3 e 10 milioni di euro



Difficile è la situazione delle imprese con ricavi minori che registrano variazioni negative nei loro cash-flow (-50 milioni) e pertanto per le loro attività dall'estero necessitano di reperire risorse finanziarie più consistenti rispetto alla loro consuetudine.

L'INFORMATORE AGRARIO

www.informatoreagrario.it



Edizioni L'Informatore Agrario

Tutti i diritti riservati, a norma della Legge sul Diritto d'Autore e le sue successive modificazioni. Ogni utilizzo di quest'opera per usi diversi da quello personale e privato è tassativamente vietato. Edizioni L'Informatore Agrario S.r.l. non potrà comunque essere ritenuta responsabile per eventuali malfunzionamenti e/o danni di qualsiasi natura connessi all'uso dell'opera.