vinetur

El impacto de la pandemia de la COVID-19 en el consumo minorista del vino

lunes 4 de octubre de 2021

ESCRITO POR CARMEN FERNÁNDEZ



Tras más de un año y medio de crisis sanitaria, analizamos las consecuencias que la pandemia ha tenido sobre el consumo del vino a nivel minorista. En la última década, el comercio minorista de vino en línea estba creciendo a un ritmo sólido y constante pero el coronavirus ha venido a acelerar esta tendencia, provocando un crecimiento exponencial.

Según la investigación de la consultora Nielsen, el comercio electrónico de alcohol se ha duplicado con creces en comparación con el año pasado por estas fechas, y el vino es el que más ha disfrutado de los beneficios de este cambio, ya que representa casi el

70% del total de las ventas en línea.

Cuando las restricciones de cierre cerraron restaurantes y pubs durante la noche, los consumidores de vino se quedaron en casa con pocas alternativas. Los datos muestran que el aumento de las ventas durante el primer cierre se debió a la asociación cultural del consumo de vino con ocasiones felices, como catas virtuales con amigos, noches de citas románticas y otros momentos significativos que la gente se vio obligada a quedarse en casa. En esta situación, y ante una oferta limitada de vinos de calidad, de mayor valor o más atractivos, los consumidores se volcaron hacia la compra on line. Los vendedores de vino online registraron así un crecimiento de las ventas de tres dígitos mientras los consumidores se quedaban en casa durante la pandemia de COVID-19.

Más calidad y variedad

Aunque muchos de los consumidores habituales de vino siguen abasteciéndose en los supermercados, se ha detectado un incremento en el consumo de vino de calidad superior. Los consumidores se inclinan por la relación calidad-precio y dedican más tiempo a navegar por Internet en busca de la mejor calidad. Los clientes también quieren darse un capricho, a veces para superar tiempos difíciles, lo que da a las marcas premium la oportunidad de llegar a un mayor grupo de compradores potenciales.

Profundicemos en los datos

El principal minorista de vinos en línea de EE.UU, Wine.com, registró un aumento del 217% en sus ingresos durante los seis meses anteriores a finales de septiembre. Los ingresos alcanzaron los 176 millones de dólares en el primer semestre, con lo que los ingresos de los últimos 12 meses ascendieron a 285 dólares, lo que supone un aumento del 102% respecto al año anterior. Wine.com tuvo que contratar a más de 300 nuevos empleados para hacer frente a la gran demanda.

Naked Wines informó de un aumento de los ingresos en total del 79,6% en los seis meses hasta finales de septiembre. Para ser exactos, los ingresos aumentaron un 95% en Estados Unidos, un 76% en el Reino Unido y un 48% en Australia. Al igual que wine.com, Naked wines tuvo que aumentar la capacidad de su almacén en un 104% para hacer frente a la gran demanda.

Según la investigación de Nielsen, el segundo trimestre de 2020 de Vivino fue el más fuerte de su historia. En abril, los ingresos aumentaron un 157%, 137% en mayo, 140% en junio y 114% en julio. También informaron de que el viernes 13 de marzo de 2020 fue el segundo día de mayores ventas de la historia, sólo superado por el Black Friday de 2019.

Wine-research.com observó que las ventas globales de vino aumentaron un 33% en abril, un 45% en junio y un 17% en julio, en comparación con el año anterior.

Los comerciantes de vino locales también informaron de un aumento significativo en las ventas en línea. Por mencionar algunos, Matt Tipping, director general de Jeroboams, informó de un aumento del 65% en los nuevos clientes que compran cajas de vino mixtas en línea. Acker Wines ha experimentado un aumento del 50%, y Usual Wines ha visto un incremento del 25% en las ventas online.

En 8Wines.com también han aumentado sus ventas en más de un 205% en 2020 con un volumen de crecimiento que se mantiene en este año. Según destacan desde al empresa, "nuestros clientes prefieren cada vez más vinos nuevos y emocionantes de lugares exóticos y de nuevas variedades emergentes". "Nuestros clientes ya no se conforman con los vinos que pueden encontrar en sus supermercados locales o en las tiendas de vino tradicionales. Vemos que, a medida que los amantes del vino se van adaptando y se dan cuenta de lo fácil que es comprar un buen vino en línea, se convierten en clientes digitales a largo plazo".

¿Qué ponemos concluir de esta pandemia? Que estamos viviendo un momento emocionante para los amantes del vino que quieren probar el mundo con un clic del ratón.



Impacto de la **Covid-19** Ventas Online **Minoristas**

Durante la última década, la venta minorista de vinos online creció a un ritmo firme y constante. Sin embargo, el reciente impacto de la **Covid-19** aceleró radicalmente esta tendencia, provocando un crecimiento exponencial.

Ventas de Alcohol Online

Nielsen Research

100+%

Respecto al Pasado Año

70% Cuota de **Vino**



Restaurantes, Bares, Hoteles y Pubs Cerrados

+



Selección Limitada de Vinos **Novedosos**, **Premium** o de **Alta Gama** en Supermercados Locales



Incremento de Ventas Online

Asociación Cultural entre el Consumo de Vino y Momentos Felices

01 Catas Virtuales con Amigos

02 Citas Románticas Nocturnas

03 Celebraciones Varias en Casa

205%

WINES

