Distillati, il covid non li ferma. Bene l'e-commerce

distillati-a2f42688

Distillati, avanti piano. La crescita, infatti, anche se lenta non si arresta. I dati di da ***Format research*** *per conto di AssoDistil.*

Il covid-19 non ferma il mercato dei distillati che, nonostante la pandemia, registra una crescita lieve, ma costante per i distillati. Anche in era pandemica. E' quanto emerge dai dati forniti da **Format Research** per conto di AssoDistil.

Dall'indagine emerge che il mercato distillatorio non si è mai fermato, continuando a crescere, se pur con incrementi minori rispetto agli anni precedenti. I ricavi, secondo il **58%** delle aziende intervistate, hanno registrato un incremento nel primo trimestre di questo anno. L'indicatore, secondo Format Research, è decisamente più alto rispetto alla media degli altri settori economici**.**

Naturalmente, l'emergenza covid ha comportato danni economici anche al settore distillatorio, a partire dalla chiusura delle fiere che ha impattato negativamente sul **44%** delle imprese dei distillati. Il numero di interazioni con i clienti, la rarefazione dei rapporti e un calo sistematico degli ordini e delle vendite, sono state le attività più colpite. Nonostante tutto, solo il 40 per cento delle distillerie ha usufruito della Cassa integrazione, il **52%** ha optato per l'anticipazione di ferie e permessi e il **22%** ha già ridotto o ridurranno il personale nei prossimi mesi.

Canali di vendita

Sostenuto l'impatto della pandemia sui canali di vendita: se, infatti, il **77%** delle distillerie ha continuato a produrre alcol destinato al consumo tradizionale, è vero pure che il **23%** delle aziende, ha riconvertito parte della produzione in alcol puro per la produzione di **igienizzanti** e **disinfettanti**, presidio nella lotta al Covid-19. Infine interessante il boom dell'e-commerce – in linea con la diffusa spinta alla digitalizzazione che ha caratterizzato il periodo pandemico. Risulta infatti che l'istituzione

dei canali **e-commerce**, si attesta intorno al + 129%, e quello relativo alla creazione di un canale tramite marketplace intorno al + 139 %. Un'evoluzione che dovrebbe consolidarsi, visto che 2 aziende su 3 continueranno a mantenere attive le piattaforme anche una volta conclusa l'emergenza sanitaria.

Mercati

Nell'ultimo periodo si conferma il trend registrato negli anni scorsi. L'**87% del fatturato** deriva dal mercato domestico e solo il 13 per cento da quello estero. Il fatturato derivante dal mercato estero registra un **calo dell'1%** rispetto agli anni precedenti. Tra tutti i mercati europei ed extraeuropei, solo quello tedesco ha registrato un aumento dell'1,8 per cento rispetto allo scorso semestre, mentre **Spagna** e **Francia** hanno registrato rispettivamente una diminuzione del 10 per cento e del 7,7 per cento. Tra i **mercati extraeuropei** quello che spicca più di tutti è quello nordamericano con il 42,9 per cento, registrando un trend **positivo** di 5,2 punti percentuali.