

Firenze - 30 Marzo 2017, ore 15:13

L'IDENTIKIT DELL'ACQUIRENTE DI VINO ON-LINE? È UN UOMO CINQUANTENNE DEL CENTRO-NORD ITALIA CHE PREDILIGE VINI ROSSI A 13 EURO. WINE MONITOR NOMISMA STUDIA CON VINO75.COM UN SETTORE DI NICCHIA DAI TASSI DI CRESCITA A DOPPIA CIFRA: +30% SUL 2015

Maschio, età media 48 anni, prezzo medio pagato a bottiglia pari a 13 euro, con preferenza verso i vini rossi: questo l'identikit dell'acquirente di vino on-line in Italia, come evidenziato da uno studio realizzato da Wine Monitor Nomisma in collaborazione con Vino75.com, l'enoteca specializzata per la vendita online nata a Firenze nel 2014 all'interno dell'acceleratore di startup Nana Bianca. Perché sebbene l'e-commerce rappresenti ancora solamente l'8% dell'alimentare on line, che complessivamente vale 575 milioni e ha guadagnato il 30% sul 2015 (dati dell'Osservatorio eCommerce B2C del Politecnico di Milano), i tassi di crescita a doppia cifra percentuale che stanno interessando, anno dopo anno, gli acquisti in questo canale non possono passare certo inosservati, soprattutto da parte dei produttori.

L'approfondimento ha messo in luce come l'identikit del "consumatore tipo" riguardi una persona di genere maschile (le donne rappresentano solamente il 15% degli acquirenti), di 48 anni di età (il 61% degli acquirenti appartiene alla cosiddetta "generazione X", di fascia di età 36-55 anni), residente nelle regioni del Centro-Nord Italia e con una predilezione verso i vini rossi fermi e gli spumanti (rispettivamente il 42% e il 27%, a differenza delle donne che preferiscono al 36% le bollicine e al 31% i vini rossi fermi). **Ma quanto si spende mediamente nell'acquisto di vino on-line? Il prezzo medio di una bottiglia acquistata (da 0,75 ml, iva inclusa) si aggira attorno ai 13 euro, ma arriva a superare i 14 euro nel caso dei rossi fermi e degli spumanti. Facendo poi un confronto per fascia di età degli acquirenti, si scopre che i Millennials italiani, per quanto pesino meno (per ora) negli acquisti rispetto alla generazione X (36-55 anni) e ai baby boomers (56-65 anni), comprano però bottiglie più costose: nel caso dei rossi fermi il prezzo medio a bottiglia arriva vicino ai 16 euro mentre negli spumanti supera addirittura questo livello.**

"Sebbene in Italia l'e-commerce del vino pesi in maniera ancora marginale sulle vendite totali, è indubbio che il trend sia in crescita; basti guardare a cosa sta accadendo al di fuori dei confini nazionali dove in mercati come Francia o Regno Unito l'incidenza delle vendite di vino on-line supera il 10% o addirittura il 20% nel caso della Cina", dichiara Denis Pantini, Responsabile Wine Monitor di Nomisma. **Sul fatto che si tratti di un fenomeno in crescita non ci sono dubbi e gli stessi produttori di vino ne sono consapevoli, così come hanno dichiarato le circa 200 imprese vinicole intervistate da Wine Monitor in occasione dell'approfondimento. "Già oggi circa il 50% delle imprese intervistate vendono on-line i propri vini, direttamente o tramite siti specializzati, mentre un altro 17% ha intenzione di ricorrere a questo canale nei prossimi anni"**, continua Pantini.

"Dalla nostra esperienza come piattaforma tecnologica di riferimento per le piccole e medie imprese vitivinicole di eccellenza - dichiara Andrea Nardi Dei, Fondatore e Ceo di Vino75.com - **l'e-commerce rappresenta sempre di più un canale di vendita fondamentale per la strategia commerciale delle cantine. Il motivo risiede nel fatto che l'e-commerce valorizza il prodotto grazie a contenuti divulgativi facilmente fruibili, oltre a poter far raggiungere**

mercati lontani e complessi come quello cinese, dove la distribuzione tradizionale del vino italiano fatica ad entrare”.