

Vino: i cinquantenni acquistano di piu' on-line (Nomisma)



BOLOGNA (MF-DJ)--Sebbene l'e-commerce pesi ancora per meno del 2% sulle vendite di vino in Italia, i tassi di crescita a doppia cifra percentuale che stanno interessando, anno dopo anno, gli acquisti on-line non possono passare inosservati, soprattutto da parte dei produttori. E proprio in considerazione di questo sviluppo, il Wine Monitor di Nomisma, attraverso la partnership con VINO75.COM, enoteca specializzata per la vendita online nata a Firenze nel 2014 all'interno dell'acceleratore di startup Nana Bianca, ha realizzato un Report sul profilo dell'acquirente italiano di vino on-line.

L'approfondimento ha messo in luce come l'identikit del "consumatore tipo" riguardi una persona di genere maschile, di 48 anni di eta' (il 61% degli acquirenti appartiene alla cosiddetta "generazione X", di fascia di eta' 36-55 anni), residente nelle regioni del Centro-Nord Italia e con una predilezione verso i vini rossi fermi e gli spumanti.

"Sebbene in Italia l'e-commerce del vino pesi in maniera ancora marginale sulle vendite totali, e' 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, cosi' come hanno dichiarato le circa 200 imprese vinicole intervistate da Wine Monitor in occasione dell'approfondimento. "Gia' 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, l'e-commerce rappresenta sempre di piu' un canale di vendita fondamentale per la strategia commerciale delle cantine", dichiara Andrea Nardi Dei, fondatore e Ceo di VINO75.COM. "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".
com/mur rosario.murgida@mfdowjones.it (fine) MF-DJ NEWS