

E-COMMERCE DI VINO: IL CASO VINO75

Acquistare online è il must del momento, anche se ancora molti acquirenti si mostrano scettici nel comprare qualcosa che non toccano con mano.

Nel 2014 si è registrato un picco nell' e-commerce di prodotti enogastronomici, sebbene l'Italia ne sia interessata soltanto per una percentuale che si aggira attorno all'1%.

Abbiamo chiesto a chi, gestendo un sito di e-commerce, ne sa qualcosa.

I gestori di VINO75, start-up dedicata al mondo delle eccellenze enologiche, che ospita **oltre 900 etichette** provenienti dall' Italia e dall'estero per un totale di **220 produttori**, hanno risposto alle nostre domande.

Com'è nato il progetto? - Perché scegliere un e-commerce anziché un'enoteca reale?

Passione per il vino e per l'innovazione: questi gli ingredienti fondamentali per la nascita di VINO75. L'idea nasce dalla collaborazione di 4 fiorentini che hanno voluto mettere al servizio della tradizione enologica le proprie competenze in fatto di



tecnologia. Il mercato del vino al dettaglio in Italia rappresenta un valore di circa 1.5 mld di € (Fonte: Webmonitor, dati IRI); di questi, si stima che attualmente il mercato online si collochi in una forbice tra l'1 e il 2%, un mercato ancora tutto da sviluppare. Per questo motivo abbiamo pensato di fare sul serio e dedicarci a questa avventura. Il cuore di VINO75 è una piattaforma di commercio

elettronico sviluppata interamente in-house nell'ultimo anno di attività all'interno dell'acceleratore Nana Bianca di Firenze. Il risultato è l'apertura, nel corso dell'estate 2014, di un'innovativa enoteca online che oggi conta un catalogo di oltre 900 etichette provenienti da 200 produttori italiani ed esteri e un totale di **37.000 iscritti** con una crescita di circa **5.000 nuovi utenti al mese**. Di questi più di **1.200 utenti hanno già acquistato almeno una volta** e circa 300 hanno acquistato più volte. Un fatto: VINO75 è già l'enoteca online più visitata in Italia (Fonte: Alexa).

Avete un'ampia selezione di etichette...com'è avvenuta la scelta e chi l'ha curata?

VINO75 nasce come strumento con il quale scoprire vini introvabili di piccole ed eccellenti cantine italiane; l'obiettivo iniziale, dunque, era quello di accompagnare gli utenti alla scoperta di etichette sconosciute, selezionate con cura per offrire solo il meglio di ciò che il variegato territorio italiano offre. Nel tempo, la sempre maggiore richiesta di etichette note e prestigiose ci ha portati ad ampliare il catalogo ed oggi, grazie alla collaborazione diretta con i produttori e all'aiuto di un esperto sommelier, VINO75 è in grado di offrire il miglior rapporto qualità-prezzo su entrambe le tipologie di prodotti, ottenendo un favorevole riscontro da parte dei Clienti. Alle degustazioni che vengono effettuate settimanalmente, partecipano tutti i componenti del team, indipendentemente dal ruolo ricoperto in azienda: vogliamo che tutti siano consapevoli di quello che vendiamo ai nostri clienti. Vinitaly ed Expo alle porte.

Gli enoappassionati avranno modo di scoprire nuove cantine e nuove etichette. Vi aspettate qualcosa sulla scia dell'entusiasmo degli eventi?

Siamo molto interessati all' **Expo**, ma anche agli eventi e alle fiere di settore come il **Vinitaly**. Siamo consapevoli che il vino sia uno dei patrimoni che l'Italia, non unica certamente, debba valorizzare sempre di più. Nel nostro piccolo cerchiamo di favorire questo processo culturale che non deve avere confini. In questo senso VINO75 ha come obiettivo l'apertura ai primi mercati esteri nel corso del 2015. Durante l'Expo saremo impegnati nel nostro continuo sviluppo del catalogo e di nuove importanti funzionalità di cui per adesso non possiamo parlare.

La cultura del vino in Italia. Diteci la vostra...

C'è un aspetto che ancora, dopo mesi, ci incuriosisce, la diffidenza dei produttori rispetto alla vendita online di vino, il timore che vendere via web possa svilire i prodotti di eccellenza ed in generale il marchio di una azienda. Questa scarsa fiducia nel canale digitale ha radici profonde, in parte dovute a lacune culturali e in parte alla scarsa propensione all'innovazione del nostro paese. L'**e-commerce** è il canale di vendita che farà sempre più breccia nella vita quotidiana di ciascuno di noi e che permette alle aziende di penetrare il mercato con una velocità ed efficienza fino a qualche tempo fa impensabili. Il vino ha una tradizione antica, che è stata tramandata attraverso le diverse epoche e costantemente rinnovata grazie allo sviluppo di nuove tecnologie. E siamo convinti che anche il web sarà un passaggio fondamentale per la **valorizzazione** di questo patrimonio culturale.

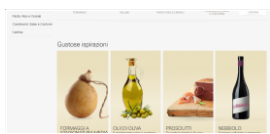
Tag dell'articolo: [E-COMMERCE](#) [VINO75](#)

ABOUT ELISA BERTI



Storica dell'arte di formazione, ha scoperto l'arte enologica mentre si divideva tra le mille attività che le riempiono la vita. Giornalista pubblicitaria e quasi sommelier, è stata titolare di un'agenzia di comunicazione. Adesso è anche mamma di una bambina simpaticissima. Quando si dice multitasking...

ARTICOLI INTERESSANTI



Prodotti enogastronomici: vendite online in crescita. E eBay azzerava le commissioni per i venditori.

16 marzo 2015



VINO75, l'enoteca virtuale direttamente a casa tua!

4 febbraio 2015