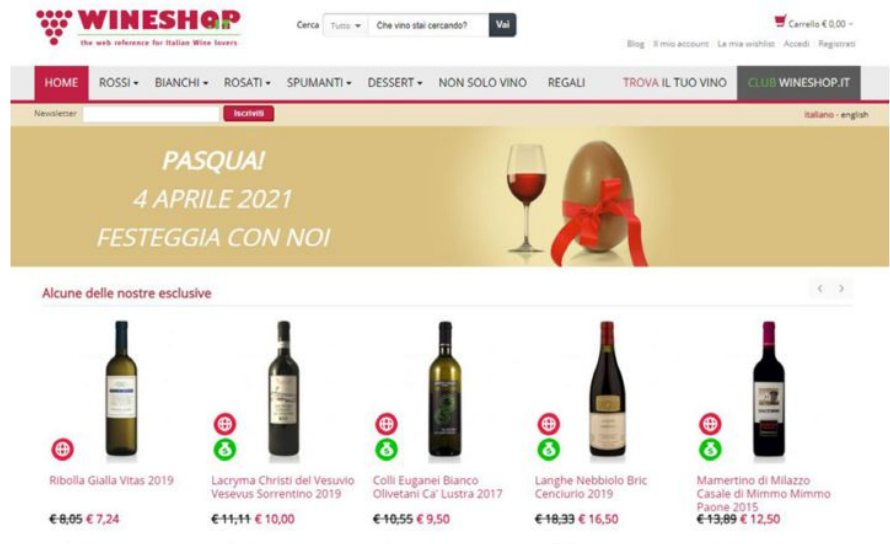


L'online (inteso sia come portali puri sia come gli eShop delle insegne distributive) mantiene una quota di mercato superiore nel new normal

di Jessika Pini - @pinijessika



VINO ONLINE, UN FENOMENO STRUTTURALE

Uno dei più significativi cambiamenti che l'onda pandemica ha determinato nel mondo del vino è la ridefinizione dei pesi dei canali distributivi: l'exploit forzato dell'online ha generato un'alfabetizzazione dei consumatori verso il mezzo che ha impresso un'accelerazione duratura a questa forma d'acquisto. Seppur con ridimensionamenti difficili da quantificare, anche al ritorno della cosiddetta nuova normalità, l'online (inteso sia come i portali puri sia come gli e-shop delle insegne distributive) manterrà una quota di mercato superiore a quella del pre Covid.

Secondo l'analisi dell'Osservatorio Wine Monitor di Nomisma, tra i consumatori di vino, gli acquirenti online sono saliti dal 19% nel 2019 al 27% nel 2020 (8 milioni di consumatori).

Il peso dell'e-commerce sul totale delle

vendite in gdo è attualmente pari al 7%. Nello stesso biennio, anche all'estero, in mercati già più evoluti rispetto all'Italia nell'uso di questo canale, si è assistito a un suo rafforzamento: negli Usa, principale sbocco commerciale per il vino italiano, gli acquirenti sono passati dal 32 al 43% e in UK, terzo mercato per l'Italia dopo la Germania, dal 26 al 34%.

Il valore delle vendite di vino online in Italia nel 2020 è più che raddoppiato rispetto al 2019 e ha raggiunto di 203 milioni di euro, di cui l'83% sono realizzate dai pure player e il 17% dai siti della gdo + Amazon.

“Gli acquirenti di vino online hanno una capacità di spesa medio-alta -afferma Emanuele Di Faustino, project manager di Nomisma- e vanno ad assorbire, seppur in minima parte, una quota del prodotto di fascia premium che veniva venduto

attraverso l'horeca. Quando si tornerà a poter frequentare enoteche e ristoranti a pieno regime si assisterà a un ritorno al consumo fuori casa e a un rallentamento della crescita dell'online, che però manterrà incrementi a due cifre e sicuramente superiori al pre Covid. Sulla base della survey realizzata da Wine Monitor infatti possiamo dire che il fenomeno eCommerce è strutturale: il 24% degli wine user continuerà ad acquistare vino online, una percentuale di poco inferiore al 27% di acquirenti rilevati durante il 2020”.

La prima enoteca online nata in Italia è Wineshop.it, fondata nel 1999. Si caratterizza tutt'oggi per un'offerta di vini 100% italiani di piccoli produttori locali di alta qualità (con parziali eccezioni per alcuni vini speciali). In genere si tratta