

Bottiglie in tavola? Basta un click

Maschio, 48 anni, spesa media per una bottiglia 13 euro, preferenza per i rossi: questo, secondo uno studio di Nomisma, l'identikit dell'acquirente di vino on-line in Italia. E sono sempre più i siti e le app che permettono di comprare bottiglie in Internet e vedersele consegnate in tempi record

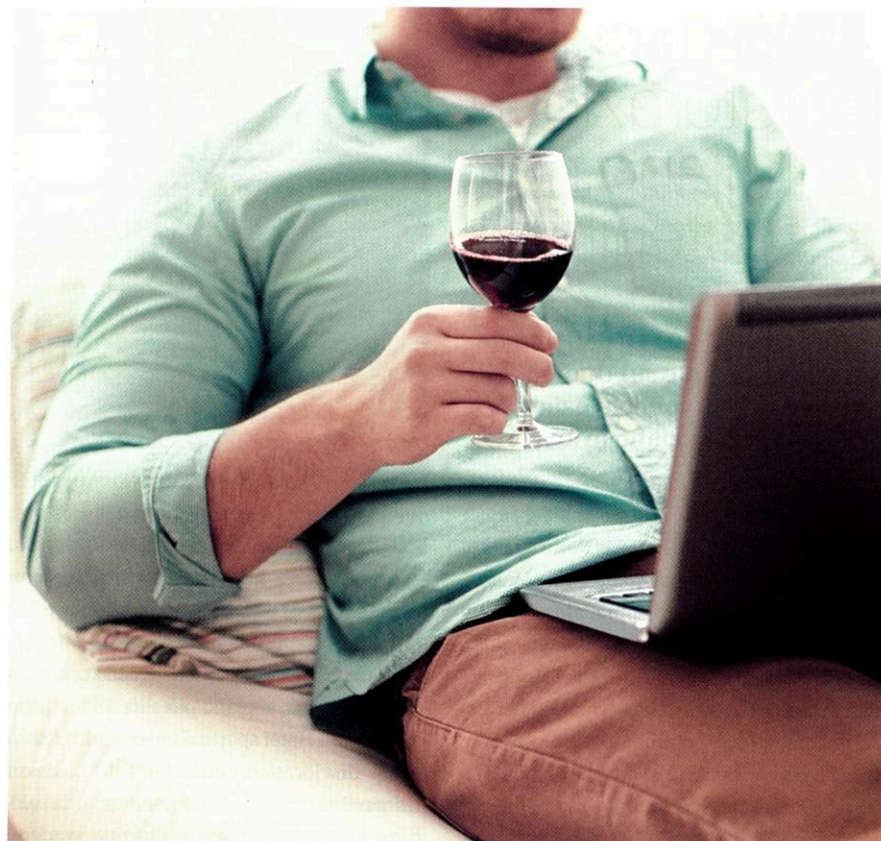
di *Alessandro Luongo*

Sono le otto di sera e aspettate ospiti per cena: a chi non è mai capitato di ritrovarsi, a questo punto, senza una bollicina per l'aperitivo o un rosso strutturato per proseguire? Se vivete in una grande città, potete stare tranquilli: il problema non si porrà più. La soluzione, infatti, ora è a portata di smartphone. Merito di un nuovo servizio che consente di ordinare da bere da casa attraverso un'applicazione mobile o un sito web. I tempi di consegna? Trenta minuti circa. Quanto basta per non sfigurare con i vostri invitati, insomma. Dopo il cibo, anche il vino entra nel business crescente del "delivery" a domicilio, anche se il trend dell'acquisto online di bottiglie procede un po' a singhiozzo.

I Millennials vogliono di più

«Nel comparto del consumo alcolico in generale, l'e-commerce è sicuramente un

fenomeno in ascesa, ma il suo peso è ancora marginale rispetto alle vendite totali» conferma Denis Pantini, responsabile di Wine Monitor, l'osservatorio di Nomisma sul mondo dell'enologia che, assieme all'enoteca VINO75.COM di Firenze, di recente, attraverso un survey ha tracciato l'identikit dell'acquirente di vino on-line in Italia. «In Francia e nel Regno Unito questo tipo di vendite supera il 10 per cento, mentre in Cina anche il 20 - aggiunge - gli stessi produttori di vino ne sono consapevoli, così come hanno dichiarato le 200 imprese da noi intervistate». Insomma, il 50 per cento degli interpellati vende in rete i propri vini, per via diretta o tramite siti specializzati, mentre un altro 17 per cento, secondo i dati di Nomisma, ha intenzione di ricorrere a questo canale «già nei prossimi anni». Dal punto di vista dei consumer invece, a tutt'oggi l'acquisto digitale di una bottiglia



VINI: I BEST-SELLER IN RETE

1. PROSECCO DOC

Toblar (11 euro)

2. SAUVIGNON

Vignaioli Specogna (15 euro)

3. PNERO - PINOT NERO

Travaglino (12 euro)

[Dati Winelivery]

1. CHAMPAGNE BRUT "R DE RUINARD"

Ruinart (49 euro)

2. BRUNELLO DI MONTALCINO GREPPO

Biondi Santi (75 euro)

3. TRENTO GIULIO FERRARI RISERVA

Ferrari (75 euro)

[Dati VINO75.COM]

I BRAND PIÙ VENDUTI

1. DONNAFUGATA

2. FERRARI

3. CANTINA TRAMIN

[Dati tannico.it]

da 0,75 ml (Iva inclusa) si aggira in media attorno ai 13 euro, superando i 14 nel caso dei rossi fermi e degli spumanti, mentre è uomo e vicino ai 50 anni l'acquirente medio di vino on-line. Scendendo più nel dettaglio delle fasce d'età, tra chi compra vino in Internet, paradossalmente sono i Millennials il target che, pur contando meno in termini di quantità acquistate rispetto alla "generazione X" (compresa tra 36-55 anni) e ai cosiddetti "baby boomer" (56-65 anni), che spende di più arrivando a sborsare anche 16 euro per una bottiglia di rosso. Dunque,

anche per le aziende vitivinicole il futuro delle vendite passa dal web? Secondo Andrea Nardi Dei, amministratore delegato e Ceo di VINO75.

COM, la risposta è decisamente sì. In particolare per la piccola e media impresa. «Dalla nostra esperienza come piattaforma tecnologica di riferimento per pmi vitivinicole di eccellenza - dice - l'e-commerce rappresenta sempre di più un canale di vendita fondamentale per la loro strategia commerciale». I piccoli produttori infatti, fanno fatica a essere distribuiti in maniera capillare, specie nelle grandi città. E così, molte cantine sono costrette a battere mercati alternativi. Tra questi sta prendendo sempre più piede appunto il delivery a domicilio.

Solo per bevitori digital friendly

«I nostri fornitori sono in buona parte aziende medio-piccole di Brescia, Mestre, Firenze, Roma, Napoli - spiega Francesco

Magro, fondatore di Winelivery, ultima nata tra le startup del genere ma prima per risultati raggiunti nell'area di Milano - dal 1° gennaio 2016 offriamo alla città un servizio unico di consegna a casa, fino all'una di notte, anche le due nel week-end, di circa 700 referenze fra birra, vino, alcolici. Consegniamo in trenta minuti dall'ordine online e alla giusta temperatura». Winelivery ha davanti a sé un progetto ambizioso (imminente lo sbarco a Bologna e Torino e poi quello in Europa nel 2018) e alle spalle un'idea fondante molto semplice, nata da un'esigenza perso-

nale: era una sera di due anni fa quando Magro, che stava per mettersi a cenare con il futuro socio Andrea Antinori, si accorse di essere a corto di

bottiglie di birra in casa. «Figurati se non c'è qualcuno che ce la consegna a domicilio, ci siamo detti. E invece abbiamo scoperto che nessuno offriva questo servizio» racconta. Eh già: i colossi del food delivery si davano battaglia sul cibo ma nessuno aveva ancora pensato al beverage, almeno in Italia. «Siamo in ritardo di almeno 6 anni rispetto al resto del mondo», sostiene il giovane startupper di studi bocconiani e trascorsi nella consulenza per l'utilizzo di applicazioni mobili, «negli Usa il fenomeno è partito nel 2010, con il nome di "Alcol delivery" e oggi ci sono aziende che fatturano 10 milioni di dollari l'anno». In Italia però, come detto, il trend è incoraggiante. Secondo i dati Istat, solo nelle città sono 781.567 le occasioni settimanali di consumo di alcolici da parte

CHI E COSA COMPRA

ON-LINE

MASCHIO
48 ETÀ
MEDIA
ANNI



VINO

13EURO
PREZZO MEDIO
PER UNA BOTTIGLIA
(DA 0,75 ML, IVA INCLUSA)



dei 18-45enni "digital friendly" (quelli cioè che usano uno smartphone). «Se riuscissimo a conquistare l'1 per cento di questo pubblico - conclude Magro - vorrebbe dire circa 7 mila consegne a settimana». Il risultato di un anno intero di attuale lavoro, ottenuto cioè in una sola settimana. Ecco perché Winelivery, che sogna la quotazione in Borsa o l'acquisizione da parte di una big company, oggi pensa molto più prosaicamente a fare cassa: «La consegna di una singola bottiglia di vino è sostenibile per vini sopra i 16 euro, ma al momento consegniamo di tutto, per incrementare più possibile il numero dei clienti».

PROVATI PER VOI

WWW.WINELIVERY.COM

L'unica app in Italia che consegna a domicilio alcolici di qualità in 30 minuti e alla giusta temperatura. Vanta oltre 700 referenze e personalizza la consegna delle bottiglie. Nata a Milano, arriverà presto anche a Bologna e Torino.

WWW.VIVINO.COM

L'applicazione che trasforma lo smartphone in uno scanner per etichetta e ti dice dove trovarla. Fornisce tutte le informazioni sulle bottiglie di vino ai consumatori di ogni parte del pianeta. Ha 20 milioni di utenti.

WWW.XTRAWINE.COM

Enoteca online realizzata da un gruppo di amici sommelier, e informatici. Il sito è intuitivo e le schede del vino, molto dettagliate, semplificano la scelta e facilitano l'acquisto. Spedizione gratuita oltre i 120 euro.

WWW.TANNICO.IT

Con oltre 7.500 vini, viene considerata la più grande enoteca online. Etichette selezionate da esperti. Su 10 bottiglie vendute in rete, 3 vengono consegnate da Tannico. Ha una linea business e in 48 ore consegna in tutta Italia.