

Lunedì, 25 maggio 2020 - 15:58:00

Alimentazione, con il Coronavirus si rafforza l'e-commerce di vino e distillati

L'isolamento imposto dal Coronavirus ha cambiato profondamente le abitudini di consumo degli italiani, che hanno fatto ricorso al commercio elettronico

ANDREA CIANFERONI



A marzo e
aprile di



quest'anno, causa Coronavirus e la chiusura di bar e ristoranti, sono cambiati i modelli di acquisto, con una virata verso gli acquisti online

L'isolamento imposto dall'emergenza sanitaria ha rivoluzionato le abitudini di consumo degli italiani, spronandoli a fare un massiccio ricorso al commercio elettronico, un fenomeno evidenziato da tutte le analisi di mercato.

Un'evoluzione rilevante che si riscontra in tutti i comparti, ma che ha decretato un grande successo soprattutto nelle vendite online di vino e di distillati in generale. La chiusura di ristoranti e bar unita alla necessità di restare a casa e alla condivisione di momenti conviviali virtuali ha portato gli italiani a reperire in Rete le etichette preferite e a sperimentarne di nuove. Una crescita registrata da **VINO75.com** che ha visto i suoi volumi passare dalle circa 1.700 bottiglie al giorno dell'epoca "pre-Covid-19" alle oltre 10.000 al giorno registrate nel lockdown. *"La piattaforma di VINO75, nato nel 2012 con lo sviluppo della piattaforma tecnologica e l'ingresso in Nana Bianca, accoglie oltre 4.000 etichette di più di 1.000 produttori ed è ottimizzata e concepita per ridurre al minimo le attività ripetitive e manuali, un approccio che ci ha permesso di rispondere in tempi brevi ai volumi di bottiglie vendute quintuplicati",* sottolinea Andrea Nardi Dei, Co-fondatore e CEO di VINO75. *"Oltre a rendere più efficienti i processi di business e gestire la crescita senza la necessità di aumentare proporzionalmente le risorse umane. Grazie alla nostra esperienza in breve tempo abbiamo potuto rispondere in maniera organizzata e flessibile al progresso delle vendite online, gestendo numeriche solitamente registriamo nella giornata del Black Friday. Per quanto riguarda le valutazioni sull'andamento futuro, in questo momento è difficile fare delle previsioni, per tornare all'andamento precrisi ci vorrà del tempo. Pensiamo che anche a*

per la prima volta l'esperienza e la praticità degli acquisti online". Nella fase di quarantena di marzo e aprile, nel rispetto delle norme, VINO75 ha continuato a garantire la consegna di vino e distillati al consumatore potenziando la sua infrastruttura tecnologica e operativa, il customer care e la logistica per soddisfare l'imponente aumento delle richieste. Il volume di affari in questi mesi di ritiro forzato, di ristoranti fermi e negozi chiusi, è cresciuto di almeno 3 volte rispetto ai mesi precedenti la chiusura (gennaio e febbraio 2020). Infatti, sono circa 600.000 i nuovi utenti e 40.000 i nuovi iscritti registrati da VINO75 nel solo mese di marzo, un trend destinato a continuare anche nei prossimi mesi. Molti di questi acquirenti si sono affacciati per la prima volta al commercio elettronico, come dimostra l'aumento dei primi ordini del 260% a marzo e del 460% aprile. È cambiata anche la frequenza di acquisto passata dal 10 al 15% (calcolata sugli utenti con almeno 2 acquisti nel periodo). Il numero di utenti di VINO75.com è cresciuto del 2.728%, con un balzo del 4.313% di nuovi consumatori nel periodo marzo e aprile 2020 rispetto a febbraio-marzo. Oltre il 70% di questi utenti ha utilizzato un cellulare per navigare sul sito. Dal punto di vista della composizione del target, gli uomini 35-54 anni si confermano il pubblico di riferimento, tuttavia i Millennial e le donne segnano una variazione significativa, con un aumento del 5% sull'audience complessiva. Due segmenti che apprezzano il servizio VINO75 soprattutto per l'innovazione, l'anti-convenzionalità e originalità. Nella panoramica dell'acquisto di vino e distillati online nel periodo del lockdown, tutte le regioni italiane mostrano un andamento di crescita simile tra di loro, a eccezione di Lombardia, Toscana e Veneto che sono cresciute rispettivamente il 20%, il 17% e il 10% in più sulla media italiana del periodo. Regioni di produzione di vino che, tradizionalmente,

vicini ai consumatori. Sorprese arrivano anche dalla composizione dei vini all'interno del carrello medio, che continua ad aumentare e rispecchia l'andamento di non acquistare vini per un'occasione speciale (vini molto conosciuti per una grande cena, magari per impressionare gli ospiti, o vini di livello quotidiano per una festa informale), bensì di far ricadere la scelta su vini da gustare in famiglia, secondo le proprie capacità di spesa: soprattutto, vini di livello medio e alto, non necessariamente molto conosciuti al grande pubblico, spesso suggeriti da VINO75, in un percorso di scoperta delle peculiarità ed eccellenze del nostro patrimonio vitivinicolo. La spesa per carrello, infatti, è nello stesso periodo aumentata del 25% a fronte di un aumento del 15% del numero di bottiglie. In questo contesto si riscontra anche un maggiore senso di appartenenza e di unione in un momento difficile per il nostro Paese, attraverso una maggior predisposizione all'acquisto di etichette nazionali rispetto a quelle straniere. La ricerca della convivialità ritrovata, attraverso la condivisione delle singole quarantene con gli aperitivi online, fornisce uno spaccato molto interessante per il segmento aperitivi, cresciuto su VINO75.com del 2.000% rispetto allo stesso periodo del 2019. Un fenomeno che sta stimolando lo sviluppo della sezione **Cocktail Kit** di VINO75 che consente di sfogliare la lista di alcuni tra i più celebri cocktail e aggiungere al carrello, con un solo clic, tutti gli ingredienti per la loro realizzazione. L'aumento registrato da VINO75 in questi mesi ha da una parte favorito lo sviluppo della cultura dell'e-commerce del vino online, e il conseguente rafforzamento di tutte le infrastrutture della piattaforma, dall'altro ha consentito di dar vita a un progetto pro bono per devolvere una parte delle vendite alle strutture ospedaliere fiorentine. Finora sono stati raccolti circa 45.000,00 euro, 12.000,00 euro dei quali sono serviti

dispositivi di protezione per l'Ospedale pediatrico Meyer di Firenze. I rimanenti fondi saranno devoluti in denaro, oppure utilizzati per l'importazione di altri materiali sanitari per rispondere alle esigenze delle strutture sanitarie toscane.

Commenti: 0Ordina per **Meno recenti**

[Plug-in Commenti di Facebook](#)

TI POTREBBE INTERESSARE ANCHE



Gamma SUV 4x4 Subaru. Per te fino a € 6.000 di vantaggi



Pulisce i vasi sanguigni meglio delle sostanze chimiche!



Fallo prima di andare a letto e perderai 16 kg in 15 giorni!



Corregge la vista in 0,6 secondi. Vedrai perfettamente

