

# IL LOCKDOWN HA RAFFORZATO ECOMMERCE DEL VINO. VINO75.COM: CAMBIA IL CARRELLO MEDIA, EMERGONO NUOVI UTENTI, BOOM DEGLI 'APERITIVI'

PUBLISHED ON 25 MAGGIO 2020 BY FOODAFFAIRS.IT

---



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. L'enoteca online si contraddistingue nel panorama italiano per la qualità delle sue proposte, la semplicità di utilizzo e l'esperienza coinvolgente per i consumatori, che può contare anche sul servizio di **Sommelier Virtuale**.

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**

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 35-54enni** 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, hanno un mercato locale molto rigoglioso ma che, a causa del divieto di spostamenti, ha impedito gli acquisti nelle cantine e nei centri di produzione 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

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'ecommerce 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 all'importazione dalla Cina di mascherine FFP2 consegnate all'Ospedale di Careggi di Firenze. Altri 3.000,00 euro hanno permesso un ulteriore acquisto di 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.

*“La piattaforma di VINO75 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 numeri che 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 pre-crisi ci vorrà del tempo. Pensiamo che anche a riapertura della ristorazione e dei bar avvenuta, gli acquisti online mostreranno evoluzioni positive, soprattutto, perché molti consumatori hanno sperimentato per la prima volta l’esperienza e la praticità degli acquisti online”.*