

28 MAGGIO 2020 12:07

Consumi, il lockdown ha fatto crescere l'acquisto online di vino

Il volume di affari è cresciuto di almeno 3 volte rispetto ai mesi precedenti, come racconta Vino75.com

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 10mila 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 600mila i nuovi utenti e 40mila 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** 35-54enni 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. 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.

In questi mesi Vino75 ha potuto realizzare anche un progetto pro bono per devolvere una parte delle vendite alle strutture ospedaliere fiorentine. Finora sono stati raccolti circa 45mila euro, 12mila euro dei quali sono serviti all'importazione dalla Cina di mascherine FFP2 consegnate all'Ospedale di Careggi di Firenze. Altri 3mila 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 4mila etichette di più di mille 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. “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”.

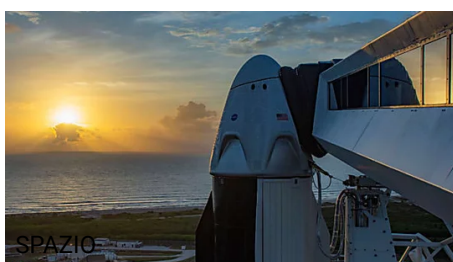
VINO ECOMMERCE

TI POTREBBERO INTERESSARE

SPONSOR

CITROËN

Riparti con Citroën C3



TGCOM24

Gli Usa pronti a riconquistare lo spazio dopo 9 anni: è il giorno del lancio di Crew Dragon



TGCOM24

Gardaland: cancelli aperti dal 13 giugno

SPONSOR

HO MOBILE

Passa a ho. Fino a 70 Giga a partire da 5,99€ al mese.

SPONSOR

OPEL

È il momento giusto per ripartire con Opel.

SPONSOR

FORD

Nuova Puma. Il nuovo crossover Ford.

Raccomandato da |



MEDIASET PLAY

CORPORATE

LICENSING

PRIVACY

COOKIE