L'Economia
del CORRIERE DELLA SERA

Settimanale Data 06-04-2021
Pagina 31
Foglio 1

DA CAMPARI E PESENTI A UBER CORSA AL VINO DIGITALE

Le vendite online sono più che raddoppiate in Italia nell'anno del Covid. I siti specializzati, i corsi e l'intelligenza artificiale

di **Giulia Cimpanelli**

Vino: è boom di vendite online. Secondo il Wine Monitor di Nomisma, nel 2020, con il lockdown e l'impennata del commercio elettronico, il giro d'affari sul canale ecommerce del settore in Italia è aumentato del 105%. «Si stima un fatturato totale che supera i 200 milioni di euro — dice Denis Pantini, responsabile del Wine Monitor —. È una cifra ancora minima, ma la crescita verticale fa presupporre il potenziale futuro».

In effetti tutto il settore pensa alla digitalizzazione. Il salone internazionale di vino e distillati Vinitaly, che si tiene a Verona dal 1967, non solo si sposta sul digitale come evento, ma lancia VinitalyPlus, piattaforma che integra e supporta l'esperienza in fiera con quella online. Questa, attiva 365 giorni all'anno, è basata su un motore di ricerca multilingue che facilita il contatto tra le aziende del vino, gli operatori e i buyer da tutto il mondo. Con l'intelligenza artificiale si può scegliere se attivare i suggerimenti su prodotti, aziende ed eventi in base ai propri interessi e attività.

L'impennata

A registrare un'impennata di fatturato sono stati in particolare i siti di ecommerce specializzati. «Fino al 2019 — dice Pantini — crescevano del 30% circa all'anno, nel 2020 hanno raddoppiato o triplicato il business. L'83% del fatturato delle vendite di bottiglie online è da operatori verticali, il 17% dai siti della grande distribuzione e da Amazon».

Fino al 2019 le piattaforme del settore crescevano del 30% l'anno. Ora Virgin Wines si quota a Londra, Vivino raccoglie 155 milioni

All'estero, casi come Vivino e Virgin Wines ne sono la dimostrazione. Il marketplace danese, attivo in tutto il mondo, ha raccolto lo scorso febbraio investimenti per 155 milioni di euro (221 milioni di dollari dichiarati dalla fondazione, nel 2010). Il sito di ecommerce britannico Virgin Wines, invece, è stato quotato alla Borsa di Londra (mercato Aim, delle piccole imprese). Secondo le stime, la valutazione del gruppo sarebbe pari a circa 100 milioni di sterline.

Recentemente il gigante della Silicon Valley Uber ha annunciato un accordo da 1,1 miliardi di dollari per acquistare Drizly, servizio di consegna in 1.400 città degli Stati Uniti.

Anche i protagonisti italiani del settore stanno crescendo e fanno gola alle grandi aziende. Tannico, che ha chiuso il 2020 con un fatturato di 37,5 milioni (quasi un raddoppio dai 20 milioni del 2019), è stato acquistato al 49% da Campari per 23,4 milioni di euro. E lo scorso dicembre Italmobiliare — la holding di Carlo Pesenti con investimenti in società anche dell'alimentare, come Caffè Borbone — ha finalizzato l'acquisto, per 13 milioni di euro, il 60% di Callmewine, che ha chiuso il 2020 con un fatturato di oltre 12,5 milioni, in crescita del 95% rispetto al 2019.

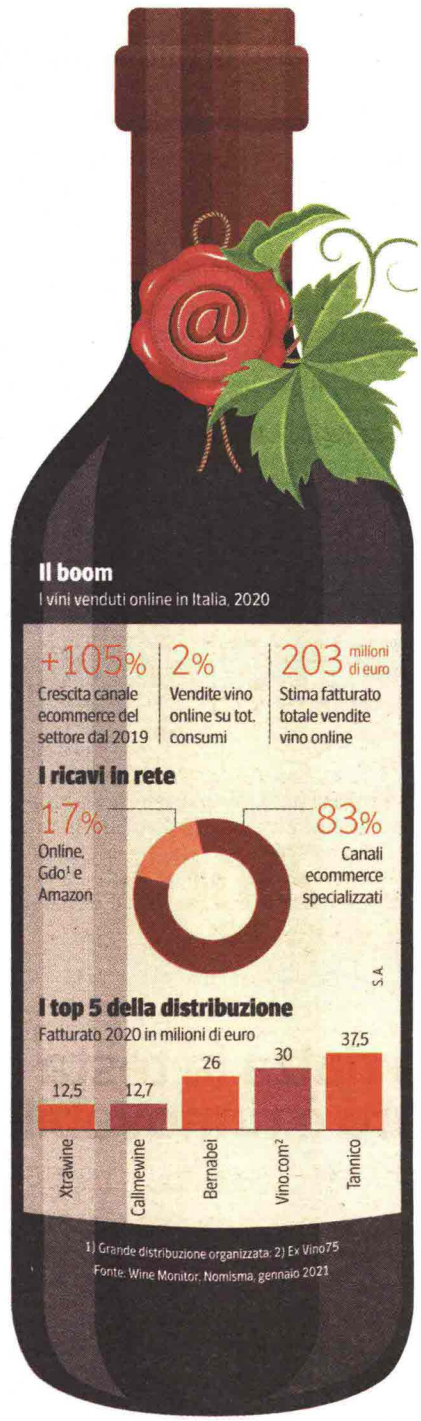
Le cantine

Anche diverse cantine — soprattutto quelle medie e grandi — si sono attrezzate con un sito di ecommerce. «Il nostro servizio B2B lanciato nel 2017 per supportare le case vinicole sul piano tecnologico e logistico nella vendita dei propri prodotti ai clienti finali ha registrato una importante crescita — dice il fondatore e amministratore delegato di Tannico, Marco Magnocavallo —. Sono oltre 120 le cantine che utilizzano la piattaforma tra cui Donnafugata, Masi Agricola e Cantina Tramin».

Tra le tendenze del momento c'è la vendita di «esperienze» legate al mondo del vino. Se Tannico ha addirittura lanciato la Flying School con centinaia di corsi online e vende kit con bottiglia, cibo e video degustazione con un esperto, ci sono anche piattaforme specializzate nella vendita di questo tipo di servizi.

Divinea è una startup innovativa che permette di scoprire e prenotare online esperienze enoturistiche in oltre 350 cantine italiane. Recentemente ha ideato una serie di eventi chiamati «Smart tasting», momenti conviviali online dove produttori e amanti del vino si incontrano per degustare assieme vini selezionati. «Di solito si ricevono a casa le classiche bottiglie da 0,75 litri che poco si addicono a un contesto di sola degustazione e con un costo considerevole, dato dal quantitativo di vino e dalle spese di spedizione — dice il fondatore, Filippo Galanti —. Nel nostro caso invece viene spedito un kit contenente mini bottiglie di vetro da 5 centilitri, così da poter consumare per ogni tipo di vino lo stesso quantitativo che si degusterebbe in cantina».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



152944

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.