

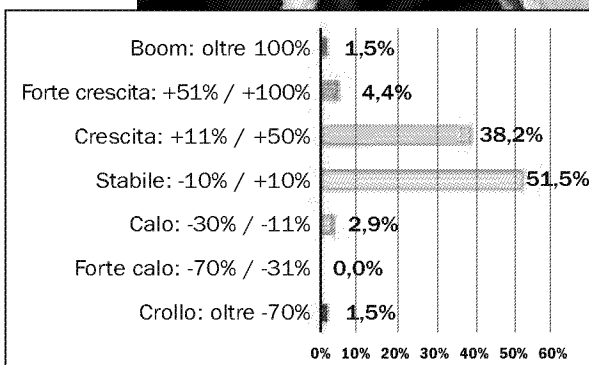
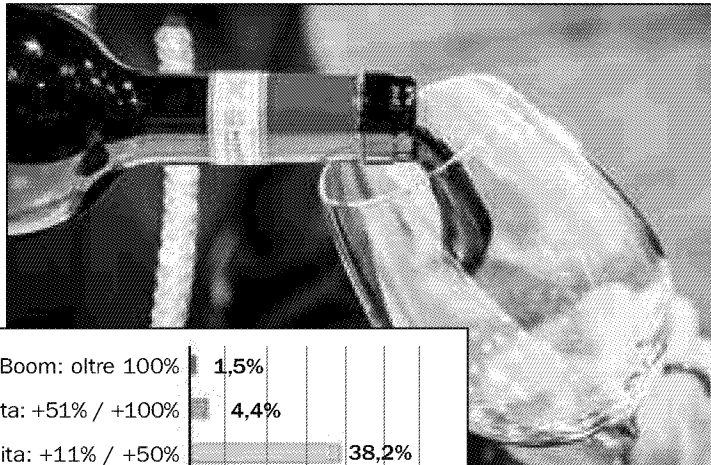
Un sondaggio di Veronafiere tra le aziende vinicole

Il web non brinda Il vino fatica nelle vendite online

DI GIOVANNI BUCCHI

L'e-commerce fatica ancora a sfondare nel mondo del vino ma ha buone prospettive per il futuro. Da un sondaggio di *wine2wine*, l'evento business di Veronafiere (2 e 3 dicembre la seconda edizione), emerge infatti un dato inequivocabile: la maggioranza delle aziende italiane non utilizza il web per la vendita. In particolare, delle oltre 450 cantine intervistate nell'indagine di **GRS Ricerca e Strategia**, ben il 65% dichiara di non vendere nemmeno una bottiglia online. L'altro 35% si rivolge al web ma lo fa utilizzando principalmente le sue piattaforme,

se è vero che il 51% vende vino tramite il proprio sito internet mentre il 28% si rivolge anche a siti specializzati. Solo un quarto delle cantine presenti nell'e-commerce (22,5%) utilizza esclusivamente un canale esterno, appoggiandosi a portali consolidati. I siti più utilizzati in questo senso sono (in ordine di citazione): *Svinando*, *Wineverse*, *Tannico*, *Vinix*, *Winetowine* e *Winezon*. I dati sui fatturati ricavati dall'e-commerce rivelano come ci sia ancora molta strada da percorrere. Nel 42% dei casi le cantine che vendono sul web vi ricavano appena il 2-3% del loro fatturato, mentre per trovare chi vanta una quota oltre il 10% occorre guardare solo a un quarto delle cantine che vendono online (21%). Va però detto che più del 40% delle aziende



già impegnate nell'e-commerce si aspetta uno sviluppo intenso su questo canale nei prossimi 12 mesi; ben il 38,2% si attende infatti una crescita tra l'11% e il 50%. Ma quali sono i motivi che inducono il 65% delle aziende vitivinicole a non vendere vino sul web? Per il 21% all'origine di questa decisione c'è un'assenza di focus e di know-how, il 14% lo vede invece come un canale di vendita in conflitto con quelli tradizionali, il 13% non è interessato mentre il 7% pone problemi di gestione nei pagamenti e nelle consegne. Significativo il dato di quel 6% per il quale sono già sufficienti i canali tradizionali per esaurire le bottiglie prodotte. «Tra gli intervistati», spiegano da *wine2wine*, «ci sono alcune cantine che dichiarano di non credere nell'e-commerce, di ri-

tenere che i tempi in Italia non siano ancora maturi e di non avere ancora trovato il giusto partner online o di continuare a preferire il contatto diretto con il cliente». Un'occhiata alle 450 aziende intervistate aiuta infine a comprendere la validità della ricerca. Il 34% delle risposte sono arrivate da cantine del Nordest, il 28% dal Centro, il 18% dal Nordovest e il 13% da Sud e Isole. Il 19% del campione rappresenta aziende con una produzione che si attesta tra le 15 mila e le 50 mila bottiglie, a pari merito con quelle da oltre un milione. Seguono col 16% le cantine tra le 100 mila e le 300 mila bottiglie e quelle tra le 300 mila e il milione, quindi col 15% quelle tra 50 mila e 100 mila. Chiude il cerchio il 13% che non arriva a 15 mila bottiglie. Dal punto di vista geografico, le cantine più attive nell'e-commerce sono in Toscana, Lombardia, Abruzzo e Sicilia. Sotto la media invece Emilia-Romagna, Trentino-Alto Adige, Veneto e Piemonte.

