

E-commerce di vino, un grande successo

Mercredi 14 juillet 2021

È boom per gli **e-commerce di vino** che nel primo quadrimestre del 2021 – rispetto agli stessi mesi del 2020 – hanno registrato secondo IRI (centro di analisi certificato di dati sulle vendite, media, social e carte fedeltà) un **aumento del +20%**. Tali dati sicuramente non stupiscono se si considera che già nel 2020 il trend registrato dagli e-commerce di wine delivery era balzato del +129% rispetto al 2019, complice, ovviamente, la pandemia. **Con la chiusura a intermittenza del settore Horeca, i consumi si sono orientati verso le piattaforme e-commerce.**

La crescita ha portato moltissimi produttori a diversificare la propria distribuzione puntando sui negozi online, ma non solo. La Tenuta Piccini ha lanciato la prima etichetta riservata all'**e-commerce**, il Costa Toscana Rosato, mentre moltissimi hanno adottato soluzioni più che innovative: gli **e-commerce si arricchiscono così di bottiglie in pet e vino in lattina**. Più facili da trasportare, infrangibili e riciclabili, i nuovi contenitori permettono di tagliare le spese di imballaggio e di trasporto, vera sfida per l'e-commerce. Inoltre, l'**e-commerce vinicolo è in grado di offrire un assortimento largamente insostenibile per un'enoteca fisica**, dando all'acquirente la possibilità di scegliere fra centinaia di etichette.

La tendenza positiva ha del resto influenzato anche i colossi **Moët Hennessy, la divisione vini e liquori di LVMH, e l'italiana Campari Group**, che il 12 luglio 2021 hanno annunciato la costituzione di una joint venture paritetica finalizzata all'**investimento nel canale e-commerce del vino attraverso Tannico**. Fondato nel 2012 da Marco Magnocavallo, imprenditore con una lunga esperienza nel settore digitale, e dai suoi soci, oggi l'e-commerce Tannico offre la più ampia e attenta selezione di vini italiani del mondo.