

The Wine Net: l'eccellenza cooperativa italiana viaggia online

scritto da Claudia Meo | 21 Ottobre 2022



Oltre 4 anni di sinergie per [The Wine Net](#), la Rete delle cooperative italiane che rappresenta alcune tra le zone più vocate dell'Italia enologica: 3 le cantine del nord Italia, Cantina Valpolicella Negrar, Pertinace e Cantina Colli del Soligo, 2 nel centro Italia, Cantina del Morellino di Scansano e Cantina Frentana, e 2 a rappresentare il sud Italia, La Guardiense e CVA Canicattì.

La creazione di un sito unico per le vendite online rappresenta un traguardo importante dopo questi primi anni di collaborazione; attraverso questa vetrina, The Wine Net dichiara al mercato il concept stesso che ha ispirato la sua

nascita: portare dalla vigna alla tavola un prodotto eccellente, diversificato nella provenienza ma **accomunato da valori identitari e qualità del prodotto.**

Sono stati anni di sviluppo di strategie commerciali comuni, di iniziative condivise sui mercati esteri, di investimenti in infrastrutture informatiche e in comunicazione; ma sono anche stati, per le etichette della Rete, **anni di grandi riconoscimenti di mercato e da parte della critica enologica**, che hanno creato le premesse per potersi proporre agli estimatori delle eccellenze italiane con un messaggio forte e convincente.

A meno di un anno dall'avvio della piattaforma e-commerce, **The Wine Net consuntiva ordini importanti da tutte le regioni italiane**, con la Lombardia in testa con il 30% degli ordini, seguita da Veneto ed Emilia Romagna: quest'ultima è indice dell'apprezzamento dei vini anche da parte di aree non coperte dalla presenza diretta sul territorio, un dato che spiega e conferma importanti **prospettive di sviluppo**. È chiaro che, per l'avvio del mercato elettronico, sono stati determinanti gli ordini provenienti dalla clientela originaria delle cooperative aderenti, che ha traslato i propri acquisti sul sito della Rete; **i clienti delle cooperative hanno dato fiducia alla proposta innovativa**, confermando le proprie scelte di acquisto; ma è altrettanto chiaro che la vera sfida è quella di **conquistare nuovi spazi**, stimolando la curiosità dell'utente verso etichette che rappresentano una novità rispetto alle sue consuetudini di acquisto.

I risultati di questi 10 mesi confermano la validità della formula proposta, che può contare su oltre 130 referenze: volumi significativi, buona risposta alle promozioni, soprattutto in occasione di festività e ricorrenze, e un carrello medio di tutto rispetto. **The Wine Net ha saputo trasmettere al mercato il proprio ruolo di garante della qualità dei vini proposti**, ed essere l'incubatore di un progetto comune: valorizzare l'eccellenza del vino cooperativo

italiano condividendo strategie di crescita e uniformando il messaggio comunicativo.

L'avvio della piattaforma vede in prima linea il consumatore italiano e gli ordini transitati sul portale thewinenet.com sono ad oggi principalmente privati.

Ma c'è molto fermento anche da parte degli intermediari del settore. Naturalmente, la presenza in fiere nazionali ed estere con stand di The Wine Net ha stimolato molto interesse nel mercato degli operatori e messo in luce la forza della sinergia: **buyer e distributori hanno trovato molto funzionale la possibilità di degustare, presso un unico stand, etichette di diverse regioni italiane;** lo scambio di contatti tra le aziende della Rete è stato ricco e proficuo.

Il **mercato estero** sta facendo sentire il proprio interesse nei confronti dei vini cooperativi di The Wine Net, riconoscendo al progetto **credibilità e prospettive di grande sviluppo.** Dopo l'avvio sul mercato italiano, la Rete sta attrezzando la piattaforma e-commerce per rispondere al meglio, anche dal punto di vista logistico, a questo tipo di domanda.

thewinenet.com ha aperto i battenti nel dicembre 2021, **registrando da subito un energico avvio,** complice anche la coincidenza con gli acquisti natalizi. Anche quest'anno, i prossimi mesi saranno l'occasione per confermare la fiducia ai vini della Rete, grazie a proposte promozionali in fase di avvio, che inviteranno da un lato a **confermare le proprie abitudini di acquisto,** dall'altro, e soprattutto, a **sperimentare nuove etichette uscendo dai confini dei propri territori.**