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.**