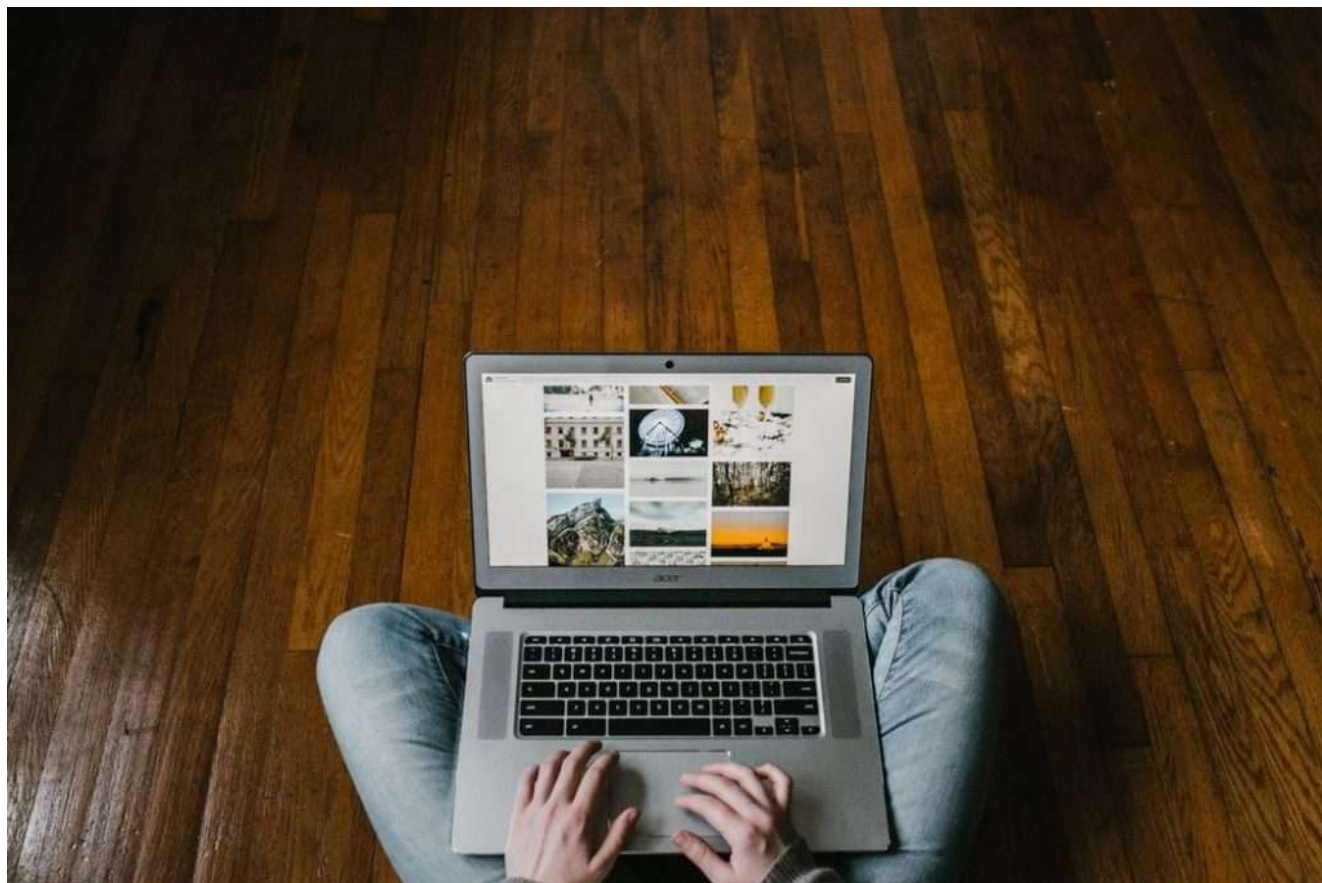


Il Social distancing fa volare l'e-commerce

scritto da Agnese Ceschi | 26 Marzo 2020



L'e-commerce nel mondo vola. E lo sta facendo in diversi angoli del globo, ma in particolar modo in Italia, dove sta coinvolgendo anche il mondo del vino.

In un recente articolo apparso su [Forbes](#), apprendiamo che a causa dell'emergenza sanitaria data dalla pandemia [Amazon](#) ha stanziato un investimento di 350 milioni di dollari per garantire carichi di merce più elevati e assumere più personale addetto alla spedizione.

Perché? Il perché si chiama "social distancing". **Dave Clark**, vice presidente per le spedizioni mondiali di **Amazon**, ha dichiarato che: "far arrivare davanti alla porta di casa una merce è oggi più vitale che mai, ora che le comunità stanno vivendo il distanziamento sociale".

E a fronte delle difficoltà di approvvigionamento degli scaffali dei supermercati, a cui si aggiunge la necessità di

molte persone di rimanere tassativamente a casa (specialmente anziani o persone con patologie), le spedizioni a casa sono urgenti più che mai.

Purtroppo però le consegne a domicilio non sono sempre regolari e puntuali in questo periodo di sovraccarico del sistema di spedizioni e così Amazon ha deciso di mettere in atto misure straordinarie stanziando 350 milioni di dollari di investimenti tra USA, Canada ed Europa, prevedendo 100.000 nuovi posti di lavoro negli USA e aumentando lo stipendio dei propri dipendenti di 2 dollari l'ora.

L'ondata di acquisti on-line sta investendo anche il prodotto vino, sia attraverso canali e app di vendita virtuali specializzati, sia attraverso la delivery che le tradizionali enoteche hanno messo in piedi in tempi da record, adattandosi ai tempi assicurando le consegne a domicilio.

Per dare alcuni numeri, **[Tannico](#)**, **sito di e-commerce leader tra gli specialisti del vino** sta assistendo ad un'esplosione di ordini. **Marco Magnocavallo, fondatore e amministratore del portale**, racconta a Business of Milan: "La settimana scorsa, dal 9 al 15 marzo, l'aumento degli ordini è stato del 170% rispetto alla terza settimana di febbraio, che ha preceduto l'emergenza in corso". I vini scelti? "Notiamo un leggero abbassamento del prezzo medio per bottiglia. Questo potrebbe significare che il criterio dell'urgenza ha prevalso sul piacere, che in genere caratterizza l'acquisto di vino online. In pratica, i milanesi hanno fatto scorta".

Secondo i dati di **[Winelivery](#)**, un'altra applicazione che consente di scegliere i prodotti da acquistare e ricevere a casa, nelle ultime due settimane si è registrato un incremento delle vendite del 25% nel totale del paese, ed in particolare del 50% nelle città del nord tra cui Milano, Torino e Bologna.

Anche negli USA gli acquisti online di bevande alcoliche stanno registrando importanti aumenti. Il **sito e-commerce [Wine.com](#)** ha riportato un aumento della domanda durante la scorsa settimana: "La domanda è raddoppiata nell'ultima

settimana rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso ed è triplicata negli ultimi giorni", ha affermato il **CEO di Wine.com Rich Bergsund**. Secondo un articolo apparso su Shanken News Daily, Bergsund ha affermato che gli acquirenti di Wine.com stanno acquistando un numero maggiore di bottiglie per ordine, ma spendendo leggermente meno per bottiglia, \$26 contro i normali \$32.

"L'aumento degli acquisti online nelle ultime due settimane è stato senza precedenti", ha dichiarato **Devaraj Southworth, CEO e co-fondatore di [Thirstie](#)**, la piattaforma di e-commerce con sede a New York che lavora con centinaia di rivenditori in tutto il paese. "I nostri partner al dettaglio ci stanno dicendo che, per la prima volta in assoluto, la maggior parte delle loro vendite proviene da acquisti online. La situazione attuale ha messo in evidenza il ruolo crescente del commercio elettronico" ha concluso Southworth. Non possiamo che non essere d'accordo.