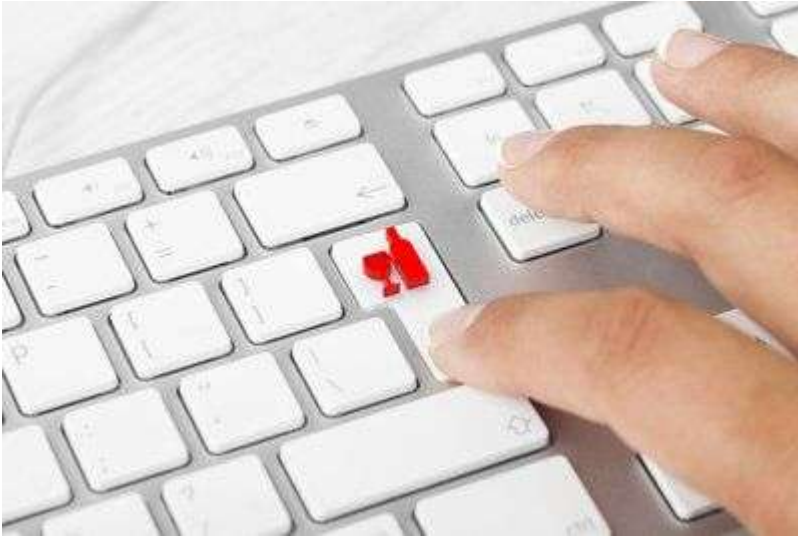


L'impatto delle-commerce sul business del vino

scritto da Agnese Ceschi | 11 Luglio 2019



Come altri settori merceologici, anche quello delle bevande alcoliche, in primis il vino, ha dovuto affrontare negli ultimi tempi il mondo digitale, con tutte le sue problematichità, i suoi potenziali di crescita e le sue regole. Sicuramente possiamo attestare che c'è allo stato attuale ancora un po' di "fatica" ad affrontare questo canale, non di carattere culturale, ma prima di tutto di carattere burocratico: le varie regolamentazioni hanno reso la vendita al dettaglio online di alcol più complicata rispetto ad altri settori e ciò ha soffocato in qualche misura lo sviluppo, ma oggi siamo di fronte ad un chiaro segnale di cambiamento.

Il database globale dell'IWSR Drinks Market Analysis ci mette di fronte ad un'immagine molto esplicativa riguardo all'efficacia dei player nella vendita online.

Anche se inevitabilmente esistono differenze tra i mercati, i risultati raccolti nel 2018 mostrano che **una media dell'1,8% del valore di tutte le bevande alcoliche** vendute in tutto il mondo passa attraverso l'e-commerce.

E tra tutte le tipologie di bevande alcoliche è proprio il vino che ha sfruttato al meglio il potenziale dell'ambiente di

vendita online. L'anno scorso il 3,6% di tutte le vendite di vino derivava da punti vendita di e-commerce, una cifra che si traduce in quasi 8 miliardi di dollari di vendite.

Per quanto riguarda gli spirits in generale, invece, la ricerca dell'IWSR mostra che circa 6,5