

Scelta vino: contano di più i social o parenti e amici?

scritto da Emanuele Fiorio | 10 Novembre 2021



La domanda che Wine Intelligence pone, riguarda la **capacità dei social media di influenzare i consumatori in relazione ai consigli e alle scelte legate al vino.**

In Cina, gli eventi in live streaming legati al vino stanno diventando sempre più rilevanti. Li Jiaqi, un lifestyle influencer con più di 40 milioni di follower su TikTok, durante un livestream legato al Capodanno cinese del 2019, pare abbia venduto 20.000 casse da sei bottiglie di vino prodotte da Great Wall in 30 secondi.

Viya, una live streamer soprannominata la “Regina di Taobao” con più di 17 milioni di follower, avrebbe venduto 30.000 casse di un altro vino prodotto da Great Wall in un minuto durante una sessione di livestreaming sponsorizzato.

Nonostante i risultati di questi e altri influencer, il **43% dei bevitori abituali di vino in Cina**, intervistati da Wine Intelligence, ha nominato amici, familiari e colleghi come le **fonti più affidabili di informazioni sul vino.**

La seconda fonte più affidabile di informazioni sul vino sono i siti web delle aziende (per il 42% dei bevitori cinesi), seguite dalle informazioni online fornite dai blogger specializzati e dai commenti sui siti di shopping online. Il 34% menziona i social media come fonte affidabile di informazioni.

Tuttavia, la cifra è aumentata tra i Millennials (piuttosto che i più giovani consumatori della Gen Z), il 46% dei Millennials (25-29 anni) dichiara di fidarsi degli esperti online e il 39% dei social media. **Solo il 27% dei bevitori di vino della Gen Z (20-24) ritiene i social media una fonte affidabile.**