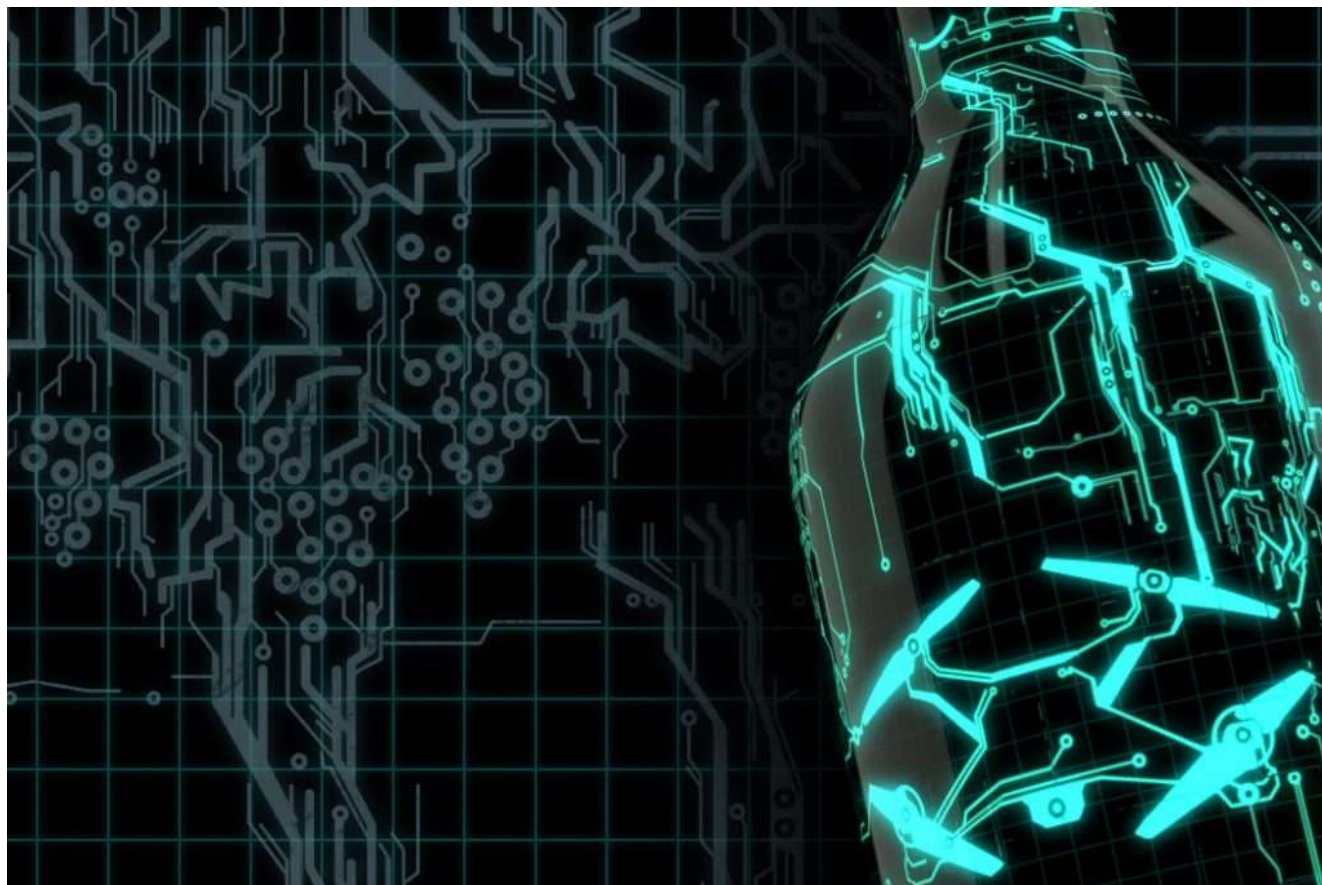


Tecnologia e Fine Wine: mai stati così vicini

scritto da Giovanna Romeo | 2 Dicembre 2020



Live-ex, il riferimento del mercato secondario dei vini pregiati, ritiene che nei prossimi cinque anni la tecnologia ci permetterà di acquistare vino ancora più facilmente. Lo sostiene il 79% dei membri commercianti intervistati, mentre l'88% afferma che il processo si sia già semplificato, che la spinta decisiva all'automazione del trading si sia inevitabilmente accompagnata alla pandemia, che ha riflesso le necessità di questo tempo: trovare nuovi canali di vendita innovativi, flessibili, trasparenti.

Grazie alla tecnologia l'offerta del vino diventa sempre più ampia e variegata: basta un "click" per scegliere tra nuovi mercati, aziende e opportunità, nonché tra etichette provenienti da più regioni e pluralità di annate. L'automazione delle transazioni ha accresciuto sia il valore

complessivo delle offerte, sia il loro valore in tempo reale raggiungendo il record di scambi di 81 milioni di sterline. Durante l'anno in corso le transazioni commerciali in vino sono triplicate rispetto all'anno precedente, registrando nel mese di ottobre il più alto numero di negoziazioni: ben il 37% di tutti gli accordi.

API, la tecnologia alla base dell'automazione del trading, ha infatti agevolato i commercianti nel proporre gli stock di vendita e nel diversificare le scelte, mettendo a sistema prodotti, prezzi, informazioni per un commercio in continua crescita. Un mercato globale che vede l'offerta di etichette provenienti non più solo dalle tradizionali regioni vinicole come Borgogna (26%), Bordeaux (29%) o Italia (15%), ma da ogni parte del mondo, Champagne e Rodano (6%), USA e Australia (4%), in una significativa profondità di annate, i cui prezzi per singola bottiglia variano da 4 a 21mila sterline (circa 23mila euro).

Ricordate quanto siano importanti provenienza, prezzi, relazioni con il venditore, costi e tempi di spedizione? La tecnologia ha permesso di sviluppare un processo di assoluta trasparenza proprio sui prezzi. Una ottima notizia se si considera che tra gli obiettivi principali di chi acquista c'è sempre la ricerca del giusto prezzo. L'automazione di quasi tutti i processi ha permesso inoltre, non solo di svolgere il doppio del lavoro in metà tempo offrendo maggiori opportunità commerciali, ma di consentire la circolazione di informazioni chiare in tempo reale e costantemente disponibili online. In questo modo gli acquirenti hanno la possibilità di personalizzare la visione del proprio mercato, di dare enfasi agli indicatori per loro rilevanti negli acquisti, secondo criteri di massima trasparenza. Includendo, ad esempio, in una personale wish list, i vini di loro interesse, la cui eventuale disponibilità o variazione di quotazione, appena visualizzata, viene contestualmente comunicata favorendone l'acquisto in tempi quasi immediati.