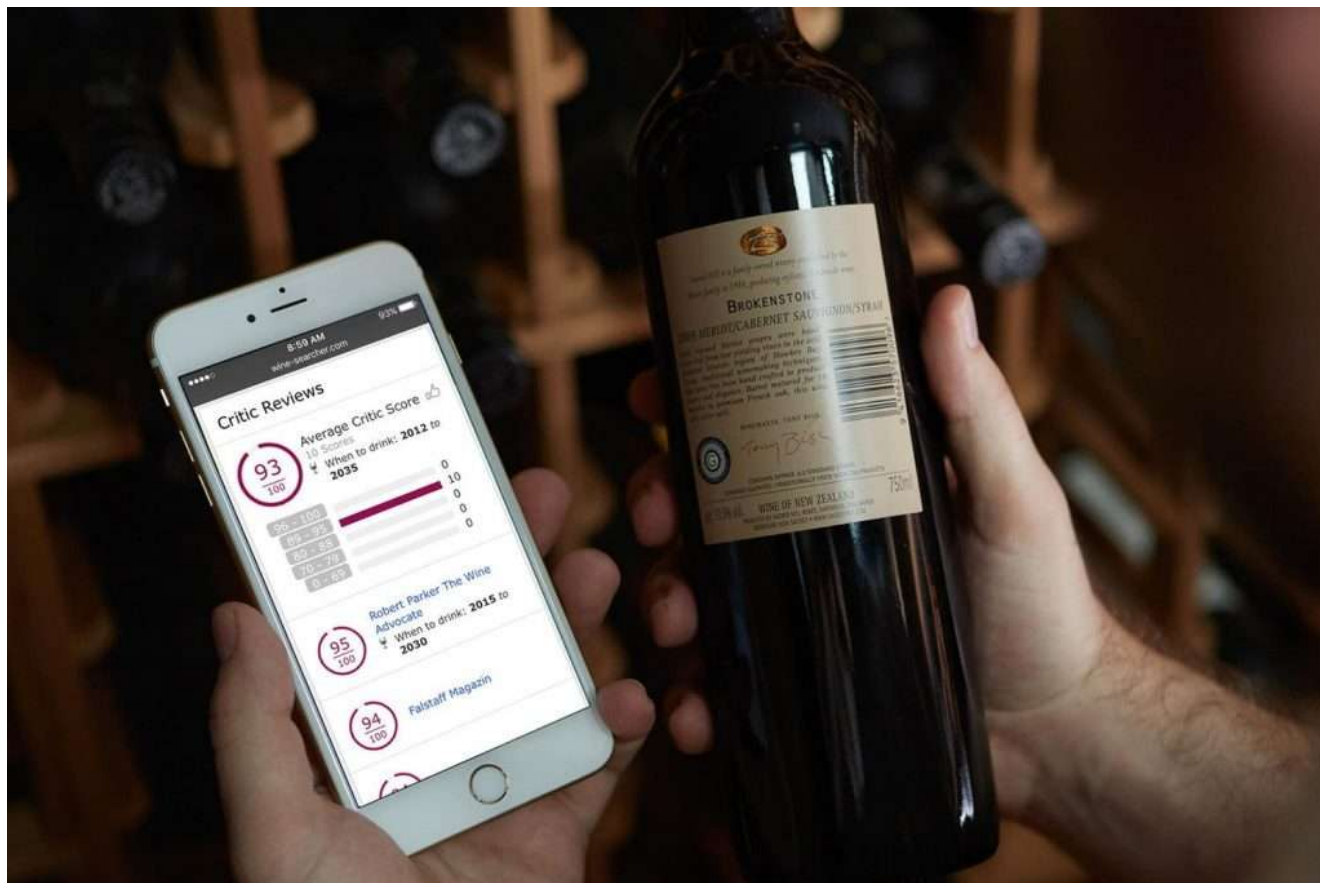


Un viaggio nel mondo delle Wine apps

scritto da Noemi Mengo | 12 Febbraio 2018



Anni fa sembrava impossibile: chi avrebbe pensato che da un semplice dispositivo mobile, come uno smartphone o un tablet, saremmo stati in grado di occuparci del commercio del nostro vino? Grazie a molte delle ultime app sul settore vinicolo, ci è oggi possibile consultare e vendere via web una gamma vastissima di bottiglie di vino, potendo fare riferimento al parere sia di esperti che di consumatori abituali tutti raccolti in una grande community di wine lovers.

Chi avrebbe pensato, inoltre, che sarebbe bastato scannerizzare sempre col telefono un'etichetta per sapere tutto sul prodotto che abbiamo davanti?

Questa funzionalità, in particolar modo, ha ottenuto un successo incredibile, successo che non si aspettavano nemmeno Heini Zachariassen e Theis Sondergaard gli ideatori della rivoluzione **Vivino**, app nata per caso, da un'idea sorta dopo

una cena tra amici.

Vivino è una delle *wine apps*, tra le più utilizzate sul mercato.

Ma cosa sono di preciso le **wine apps**? Le wine apps sono uno strumento potentissimo sia per chi si trova a **utilizzarle per la ricerca di informazioni che per l'acquisto di un vino**, sia per chi le utilizza per la promozione dei propri prodotti ai consumatori.

Proviamo a fare un viaggio in questo mondo, cercando di capire **quali wine apps sono tra le più utilizzate e perché**. Noi ne **abbiamo selezionate 4**, tra quelle che riscuotono più successo. Ci siamo avvalsi, tranne in un caso, della valutazione della nota giornalista americana **Elin McCoy** ([qui l'articolo originario](#)).

Tra le più note c'è sicuramente "[Wine searcher](#)" (valutata dalla nota giornalista Elin McCoy **7/10**, considerata da lei "la **migliore app per cercare dove comperare il vino**"), un motore di ricerca per vini dalla rigorosità enciclopedica. Per chi ancora non lo conoscesse, Wine searcher è una grande fonte di informazioni sul prodotto vino, e dà la possibilità di condividere il proprio parere su di un forum per utenti, oltre a fornire **9,623,968 offerte di vino da 90,801 wine shops**.

Altra app che alcuni anni fa ha reso più agevole acquistare vino online è "[Banquet](#)" (valutata dalla McCoy **9/10**) la cui praticità risiede nel permettere di acquistare bottiglie di vino in wine shop diversi, dovendo inserire il proprio numero di carta di credito in un solo ordine. Chiunque sia pratico di acquisti massicci online, sa bene quanto possa essere scoccante dover ripetere le credenziali di pagamento ovunque. Unica nota negativa, è per ora valido solo per il mercato americano.

E se attraverso un'applicazione, avessimo bisogno non solo di parlare di vino in quanto prodotto, ma avessimo bisogno di informazioni su cantine, nuovi wine bar, o servizi legati al mondo del vino? Il nome forse non è dei più originali, ma

“Wine app” si presta al nostro caso. Si tratta di un portale, usufruibile via smartphone, con un procedimento di ricerca molto simile al genere “tripadvisor”, ma molto più settoriale. Quindi, sia che ci sia bisogno di trovare un’etichetta, sia un wine shop consigliato da un amico in vacanza, basta digitare la richiesta nello spazio di ricerca e voilà appaiono le informazioni richieste, purtroppo ancora solo in lingua italiana.

Infine c’è il fenomeno Vivino (valutato dalla McCoy **8.5/10**).

Perché Vivino sembra aver sbaragliato la concorrenza?

Perché Vivino è tutte le funzionalità sopra elencate, e anche di più. Ottimale per chi la utilizza da semplice utente, perfetta anche per i produttori che vogliano spingere il loro commercio anche sull’online. Vivino raccoglie **20 milioni di user** in tutto il mondo ed è disponibile in 11 lingue.

Fresca del 2017 è la nuova sezione introdotta dall’app: la sezione **Marketplace**. Un po’ sulla falsa riga della novità lanciata da Zuckerberg su Facebook, la sezione market è l’ideale per commerciare i propri prodotti online, attraverso un sistema e una grafica intuitivi, sfruttando una wine community di 28 milioni di utenti già esistente, ovvero coloro che già utilizzano Vivino nella sua funzione principale: lo scanning delle etichette. Un vantaggio piuttosto grande: partire con una community già attiva, che ha la possibilità di conoscerci subito, è sicuramente più semplice che inserirsi in un mercato con una community tutta da creare da zero. Le interazioni degli utenti e i punteggi che affidano ai nostri prodotti aiutano a capire anche quali sono i gusti e le tendenze in atto, senza bisogno di sondaggi dispendiosi. E se decidono che il nostro vino gli piace e ha un buon rapporto qualità prezzo? Possono acquistarlo senza troppa fatica.