

Vino, chi è più influente: Parenti, amici o social media?

scritto da Emanuele Fiorio | 9 Settembre 2021



Anche se gli influencer del vino sulle piattaforme social media come TikTok e Instagram stanno diventando sempre più rilevanti, **i bevitori regolari di vino in mercati come gli Stati Uniti, la Cina e il Regno Unito continuano a fare più affidamento su amici e familiari come fonti affidabili di informazioni sul vino.**

La domanda che sorge spontanea è: i consumatori di vino sono effettivamente sempre più influenzati dai social media e dalle fonti online per trovare suggerimenti e scegliere il vino da acquistare?

I recenti risultati di Wine Intelligence, mostrano che le tendenze sono sfumate.

In Cina, gli eventi in live streaming legati al vino sono

sempre più seguiti. Li Jiaqi, opinion leader con più di 40 milioni di follower su TikTok/Douyin, ad esempio, sembra abbia venduto 20.000 casse di vino da sei bottiglie prodotte da Great Wall in 30 secondi durante un live stream legato al Capodanno cinese nel 2019. Nel frattempo, Viya, una live streamer soprannominata la “Regina di Taobao” con più di 17M di follower, avrebbe venduto 30.000 casse di un altro vino prodotto da Great Wall in un minuto durante una sessione di live streaming sponsorizzato.

Nonostante la potenza di questi influencer, i **risultati dell'indagine di Wine Intelligence** sui bevitori regolari di vino cinesi sono chiari:

- il 43% ha nominato amici, familiari e colleghi come fonte più affidabile di informazioni sul vino;
- la seconda fonte più affidabile di informazioni sono i siti web delle aziende produttrici (per il 42% dei bevitori cinesi);
- seguono al terzo posto le informazioni online dei blogger specializzati nel vino ed i commenti sui siti di shopping online;
- al quarto posto il 34% che indica i social media come fonte affidabile di informazioni.

Tuttavia, **la percentuale è aumentata tra i Millennials, ed è questa generazione (piuttosto che i più giovani consumatori della Gen Z) che sta ricercando maggiormente fonti online di informazioni sul vino in Cina.** Il 46% dei Millennials dichiara di fidarsi degli esperti online e il 39% dei social media. Solo il 27% dei bevitori di vino della Gen Z ritiene che i social media siano una fonte affidabile.