Aste online: è boom di whisky e liquori pregiati

scritto da Redazione Wine Meridian | 10 Febbraio 2023



La crescita dell'inflazione ha causato un piccolo terremoto nell'economia; ma nel 2022 il mercato delle aste online – vuoi per l'aumento delle persone alla ricerca di nuove fonti di guadagno che per quelle alla ricerca di oggetti in grado di mantenere valore nel tempo – ha fatto registrare numeri straordinari: **sono stati oltre 3,7 milioni gli oggetti messi all'asta su Catawiki.**

Da segnalare che i beni di lusso hanno rappresentato circa la metà delle vendite di Catawiki lo scorso anno; **anche il ritorno in auge dei memorabilia della "cultura pop" con molti oggetti da collezione** (musica, film, sport e giocattoli) in cima alle categorie di tendenza e un boom di artisti e creatori che scelgono le aste online come mai prima d'ora.

Sono questi alcuni highlights che emergono dall'analisi del 2022 di **Catawiki**, marketplace online di oggetti speciali che conta oltre un milione di offerte ogni settimana.

Le aste online: un'ancora di salvezza economica in tempi di inflazione?

Catawiki ha registrato un alto numero di nuovi utenti – il 45% di tutti gli offerenti e il 60% di tutti i venditori hanno utilizzato la piattaforma per la prima volta lo scorso anno. **Con l'inflazione che ha colpito duramente e il costo della vita in forte aumento, nel 2022 sempre più persone hanno cercato fonti di reddito alternative.** Oltre a un aumento degli oggetti messi all'asta durante tutto l'anno, il mese di novembre ha visto un nuovo record con oltre 100.000 proposte da parte di venditori italiani, il numero più alto di sempre, in relazione al tasso di inflazione a due cifre che ha caratterizzato l'ultimo trimestre dell'anno.

L'Italia al top

Il nostro Paese si conferma il primo mercato chiave di Catawiki, con una ulteriore crescita della spesa del 10% rispetto al 2021. **Sono stati oltre 550.000 gli oggetti acquistati dagli italiani per una spesa media annuale di 1.100 euro ciascuno** e sono stati circa 230mila, invece, gli utenti che hanno fatto almeno un'offerta.
Cresce anche il numero dei venditori che sfiora quota 55.000 (oltre il 60% dei quali nuovi) che hanno messo all'asta oltre 750.000 oggetti che, per circa un terzo dei casi sono stati acquistati da utenti italiani, nel 13% da francesi e nell'11% da olandesi.

Un anno da record

Un anno che ha visto alcuni degli oggetti più costosi mai apparsi sulla piattaforma come un diamante da 6,07 carati del valore di quasi 200.000 euro, una rara opera d'arte di Kippenberger venduta per oltre 120.000 euro e un fossile di

pterosauro – un rettile volante dell'era mesozoica – aggiudicato per ben 30.000 euro. A dicembre, inoltre, Catawiki ha venduto anche il suo 15 milionesimo oggetto, una collezione di francobolli olandesi che rende omaggio alle origini dell'azienda. "Nonostante il 2022 abbia visto un rallentamento della crescita del settore, l'anno scorso abbiamo avuto oltre 3,7 milioni di oggetti in asta, raggiungendo un record assoluto per Catawiki. Questo numero dimostra come **sempre più persone si stanno rivolgendo alla piattaforma**, sia per incrementare il proprio reddito come venditori – soprattutto in tempi di aumento del costo della vita – sia per soddisfare le proprie passioni come acquirenti. L'acquisto di oggetti speciali online è destinato a rimanere anche nel 2023″, afferma Ravi Vora, CEO di Catawiki.

Articoli di lusso trainano le vendite

I beni di fascia alta hanno rappresentato circa la metà delle vendite di Catawiki lo scorso anno – moda in testa, con oltre il doppio degli articoli venduti rispetto al 2021. **Altri oggetti di lusso da collezione come orologi, whisky e liquori pregiati hanno registrato un incremento a due cifre,** confermando la tendenza degli acquirenti a cercare investimenti alternativi durante l'incertezza dei mercati azionari e l'alta inflazione.

Catawiki si conferma un punto di riferimento per gli amanti degli orologi, **con la parola Rolex che è stato l'avviso di ricerca più impostato dagli utenti a livello globale, seguito da Omega e Seiko.** Solo quarto il brand Lego che precede la parola "orologio". Swatch, invece, è stato il marchio che ha registrato la crescita più rapida sulla piattaforma nel 2022, soprattutto grazie alla sua collaborazione con Omega, con un aumento delle vendite di dodici volte rispetto al 2021.

Gli italiani rimangono dei veri amanti delle auto. Alcuni dei lotti più apprezzati e comprati dagli utenti italiani sono stati appunto le automobili: una Mercedes-Benz 190 SL del

1957, una Maserati Bora 4.9 V8 del 1973 e una Merak 3.0 del 1975, una Renault Alpine A110 1300 del 1970 e una Volkswagen T1 Deluxe 9 posti del 1974.

Boom della cultura pop

Sport, musica, film e animazione, oltre a Pokémon e Lego, si sono classificati tra i temi in più rapida crescita per gli acquirenti su Catawiki nel 2022, con un incremento di più di tre cifre anno su anno. I fan della musica sono impazziti per i cimeli firmati e il merchandising ufficiale, con una crescita del 180% rispetto al 2021. Anche le carte sportive sono cresciute di oltre il 70% e i cimeli sportivi, come maglie (autografate) e foto, sono aumentati di un quarto. Anche i Pokémon e i Lego sono stati di tendenza sulla piattaforma, così come il merchandising cinematografico e televisivo, come poster (autografati), personaggi e oggetti di scena, che ha registrato un aumento della domanda del 30%.

Grande successo per “Direct from”: +45% di opere d’arte vendute

La strategia di Catawiki di **lavorare direttamente con artisti e creatori di tutto il mondo ha continuato a dare i suoi frutti.** Gli artisti italiani si sono rivolti alla piattaforma come mai prima d’ora, con quasi il 45% in più di opere d’arte vendute e quasi il 30% di più di artisti che hanno messo in vendite i loro lavori lo scorso anno rispetto al 2021. **Tra gli esponenti di maggior successo c’è il pittore italiano Giancarlo Colombo, che è arrivato a vendere oltre 500 opere su Catawiki.** “Questa rivoluzione per democratizzare il mondo dell’arte continua a crescere. Siamo orgogliosi di continuare a offrire ad artisti e creatori di tutto il mondo un canale diretto per raggiungere un pubblico di milioni di acquirenti e far crescere il loro riconoscimento, i loro ricavi e la loro visibilità, beneficiando al tempo stesso della consulenza di decine di esperti interni”, commenta **Cyrille Coiffet, Vicepresidente della settore Arte di Catawiki.**