

Ecommerce Fatturato su del 30% nel 2016. L'investimento del fondo P101, l'accordo Vinality-Alibaba

Startup La cantina italiana? Sul web raccoglie milioni

La vendita online prende quota. I casi da Tannico a Svinandc

DI GIULIA CIMPANELLI

E digitale anche il futuro del Tenoteca. Lo dimostrano i dati dell'Osservatorio eCommerce B2c Netcomm Politecnico di Milano che registrano una crescita del 30% delle vendite di vino online annuo su anno. «Il mercato dell'e-commerce del vino ha un enorme potenziale — commenta Andrea Di Camillo, managing partner del fondo di venture capital pubblico-privato P101 —. Il vino è del resto un prodotto perfetto per la vendita via Internet: è standardizzato perché tutte le bottiglie sono uguali pesa, quindi è comodo farlo consegnare; e il canale online consente una scelta molto più ampia».

Il capitale

Non a caso P101 (partecipato da Fondo italiano d'investimento, in cui sta crescendo la Cassa depositi e prestiti) ha investito 3,8 milioni di euro nell'aumento di capitale di Tannico, la più grande enoteca digitale d'Europa. Fondata nel 2012 a Milano da Marco Magnocavallo, Tannico dichiara 40 mila clienti, 6 milioni di fatturato e mezzo milione di bottiglie spedite nel 2016. Ha raccolto investimenti per oltre 5 milioni, di cui quello di P101 è l'ultimo, a inizio ottobre. Il modello di business? «Classico — dice Di Camillo — Comperiamo le bottiglie dai produttori e le rivendiamo. Ne abbiamo oltre 100 mila in magazzino. Proponiamo 7.500 etichette di oltre 1.500 cantine».

Il vino nel 2016 pesa finora 65 mi

lioni, poco meno del 10% nel mercato ecommerce del Food&Grocery che, in termini di vendite da siti operativi in Italia, vale 652 milioni di euro. A dimostrare l'attrattiva del settore è il successo di casi stranieri come Vivino. Nato a Copenaghen nel 2010, ora è la più grande community al mondo di appassionati di vino con oltre 13 milioni di utenti in 228 Paesi. In gennaio ha chiuso un round d'investimento da 25

milioni di dollari, arrivando a 37 milioni totali in sei anni. E dire che non si tratta nemmeno di un sito di ecommerce, ma di un social network che sfrutta il modello dei «lead». Chiede

cioè percentuali sulle vendite ai siti di ecommerce ai quali rimanda. Consente anche di scansionare con il cellulare l'etichetta di qualsiasi bottiglia e ottenerne informazioni, dalla cantina di provenienza agli abbinamenti culinari

E se in Italia il primato va a Tannico che ha recentemente aperto anche al mercato britannico e presto si espanderà in Francia, Olanda, Belgio e Germania, spuntano altri concorrenti più piccoli e «verticali».

È il caso di siti di ecommerce come Svinando o wineOvine, che vendono bottiglie di piccoli produttori. «Il mercato vitivinicolo italiano — dice Di Camillo — è fatto per il 90% da cantine medio piccole che non possono sostenere da sole le spese di comunicazione. Perciò Tannico offre ai produttori anche la gestione della presenza digitale e della logistica».

Consegna sprint

Si sta poi sviluppando la consegna rapida: winelivery.com, lanciata recentemente a Milano, promette di recapitare vino, birra e drink in meno di 30 minuti. Sono otto le startup italiane che vendono vino online nate negli ultimi cinque anni, che hanno ricevuto un finanziamento di capitale (a fronte di quote societarie) da parte di investitori istituzionali negli ultimi due anni. Tra queste alcune sono siti specializzati sul vino (Tannico, Svinando, wineOvine), altre più in generale sulla gastronomia (FoodDiscovery, LorenzoVinci, PrimoTaglio, Ufoody). Il finanziamento medio è di 1,7 milioni (contro il milione medio delle startup italiane).

Ci sono poi le iniziative lanciate da big del settore come quella di Vinality con Amazon e di Mezzacorona (ecommerce di vini trentini) che ha recentemente lanciato un progetto con Alibaba, il più grande sito di ecommerce al mondo attivo soprattutto in Africa e Asia. Sebbene si tratti ancora di mercati embrionali gli osservatori ritengono che il canale online non possa che crescere con grandi opportunità sui mercati internazionali. Amazon Prime Now ora consegnerà carni internazionali di qualità e vini in collaborazione con Carni dal mondo di Lombardia Carni e Vinality Wine Shop.



La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato