Vente-Privee: i piaceri del palato? Ora sono a portata di click

domori-3-d75df365

Il rapporto tra consumatori e mondo del vino e della gastronomia negli ultimi anni ha subito una vera e propria mutazione, complice soprattutto il web e la stragrande quantità di informazioni e stimoli veicolati dalla rete che ha portato da un lato alla nascita di un **consumatore molto più attento, esigente ed informato** e dall'altro a**ll'esplosione di contenuti e contenitori web e televisivi dedicati al cibo e all'enogastronomia**. La cucina non è più solo una cosa da casalinghe, ma attrae tutti. E se sin dall'antichità il cibo è associato all'idea di convivialità, dialogo e condivisione, nella nostra epoca questo avviene sempre di più e soprattutto su web e social network.

Per chi ha poco tempo per la spesa ma non rinuncia alla buona tavola, vorrebbe assaggiare le eccellenze tipiche di un luogo lontano, sperimentare il prodotto di nicchia di cui si è letta la recensione o assaggiare qualcosa in più e di diverso rispetto ai prodotti scovati al supermercato o nella bottega sotto casa, la soluzione è sempre più online perché **i prodotti gourmet sono ormai a portata di click**.

Secondo l'ultimo **Osservatorio Food & Grocery Online del Politecnico di Milano**, infatti, nel 2016 il settore in Italia è cresciuto del 30%, trainato dall'entusiasmo e dalla curiosità dei consumatori nei confronti del comparto, oltre che dal dinamismo dei player coinvolti. In particolare, **l'Enograstonomia cresce del 17%**, confermando l'interesse degli e-shopper italiani nei confronti di prodotti ricercati e di elevata qualità: l'online è diventato un ulteriore alleato anche per i gourmand.

A confermare questo trend la recente analisi condotta da **Vente-Privee**, pioniere e leader delle vendite-evento online, circa le preferenze dei soci del sito sui nuovi orizzonti del cibo e in particolare del **vino**, il cui consumo sta cambiando, allineandosi ai tempi moderni, alle nuove esigenze e abitudini, ai cambiamenti culturali e alle nuove tendenze gastronomiche.

Dal food al wine: l'appetito vien comprando - "Grande è la fortuna di colui che possiede una buona bottiglia, un buon libro, un buon amico" diceva Molière, noto commediografo e attore teatrale francese, ed è proprio questa celebre frase a ben riassumere una tendenza oggi ancora più attuale che trasforma il valore di una bottiglia in un concetto più ampio rispetto a quello meramente commerciale, si parla infatti di un valore ben superiore, quello **esperienziale**, fatto di territori, persone, racconti, chiacchiere e sorrisi.

E', infatti, il 46% degli intervistati ad affermare che **il miglior modo di degustare un calice di vino è farlo in buona compagnia**, ricreando una situazione di condivisione e degustazione che si trasforma in una piccola oasi di felicità nella quotidiana gestione di impegni e preoccupazioni. Un'esperienza che si svolge per lo più a cena (per il 39% degli intervistati), già di per sé un importante momento di convivialità, a casa o al ristorante (45%) purché sempre in buona compagnia di amici (47%), della famiglia (33%) o in coppia (20%). Il vino avvicina, rallegra e delizia e a tavola si parla più volentieri, si condividono non solo pietanze, ma anche le proprie esperienze e le proprie storie.

I nuovi orizzonti del vino - Il vino oggi si beve per il piacere di scoprire nuovi gusti e profumi da condividere con gli amici e l'acquisto fatto online porta già con sé per il 98% degli intervistati il sapore del momento in cui verrà consumato o regalato, nonché la proiezione delle emozioni e delle sinestesie percettive che esso evoca. E', infatti, spesso un **acquisto che viene fatto di impulso**, soprattutto quando a farlo è una donna (39%), così come per un abito di prêt-à-porter, con lo stesso senso di appagamento e lo stesso valore emozionale. Sul sito si riscontra sempre di più un carrello "misto" che unisce lo shopping di moda alla bottiglia di vino e alla specialità gastronomica, sia da parte di clienti donne che uomini.

Ma se nel valutare la bottiglia da acquistare si fa attenzione all'etichetta e alla cantina (74%), spesso sul sito Vente-Privee i soci arrivano a **conoscere nuovi produttori a cui poi si affezionano**. Le vendite ad evento sul tema suscitano spesso presso gli estimatori il desiderio di gustare una bottiglia di un produttore che prima non si conosceva o un vino mai assaporato in precedenza, anche perché - secondo Vente-Privee - **l'82% degli intervistati ama bere bene e fa molta attenzione agli abbinamenti**, cambiando addirittura più bottiglie nella stessa serata.

La libertà di abbinamento… una festa per le papille gustative - Il vino deve sapere regalare piacevolezza incontrando i profumi e i sapori della cucina e un buon abbinamento aumenta senza dubbio il piacere della tavola e del vino stesso. Ma se il 60% ritiene sia importante sapere abbinare un calice di vino ad un piatto di carne o di pesce, emerge sempre più la voglia di **nuovi accostamenti** che uscendo dai soliti canoni possano comunque far sognare le papille gustative. Ecco allora che il

27% prova ad abbinarlo al cioccolato che, come il vino, è in grado di accendere le nostre emozioni, è l'invitato principale dei momenti più grati, complici e intimi della nostra vita. Quella degli abbinamenti è una storia personale tutta da raccontare e condividere, tentando di sperimentare quel che ci suggerisce il palato, regalandosi emozioni uniche ed indimenticabili.

Food is the new fashion - Dal cioccolato pregiato sino al tartufo nero passando per le etichette più ricercate di vini, l'online in generale si conferma una piattaforma ideale per gli acquisti del settore che sono per lo più fatti **da mobile** (70% del traffico). Questo trend è confermato anche dalla continua crescita del canale "**Vino e Gastronomia**" lanciato in Italia da Vente-Privee nel 2012 con l'obiettivo di proporre sull'intera piattaforma internazionale le aziende portavoci dell'eccellenza italiana per insegnare ad apprezzare i singoli prodotti e la loro qualità, creando così un pubblico di gourmet shopper.

E se il vino è sempre un forte aggregatore di persone ed esperienze, il nuovo fenomeno in crescita esponenziale si chiama **social eating**. E', infatti, il 49% degli intervistati a dichiarare di condividere le proprie esperienze legate al mondo del cibo e del vino sui propri canali social, principalmente su **Facebook** (48,5%), seguito da **Instragram** (24,20%). Il vino si abbina al cibo per meglio qualificarlo, si fotografa, si condivide e poi si procede all'assaggio perché è sempre più un mezzo per rappresentare sé stessi, la propria personalità, le proprie credenze e la propria cultura.

Anche **la bottiglia in sé è spesso un oggetto da mostrare** attraverso le immagini che raccontano la propria esperienza di condivisione, anche a chi non è presente in quel momento, e dove tutti possono elogiare o criticare una pietanza o una bevanda e scambiarsi opinioni attraverso like e condivisioni. Il cibo diventa anch'esso sempre più protagonista: una tavola allestita, un piatto ben preparato sono soggetti sempre più ricorrenti, così come la condivisione di "momenti di degustazione", in solitudine o in compagnia, del cioccolato, meglio ancora se presentato con packaging ricercato, particolarmente amato dal 75% degli intervistati.

L'esclusiva vendita-evento dedicata a tutti i foodie - Mettendo a frutto la propria expertise e la conoscenza approfondita dei propri soci, Vente-Privee offre ogni giorno proposte perfettamente in linea con i bisogni del cliente finale. A tutti i buongustai, dunque, il suggerimento è di tenere sempre d'occhio la sezione "Vino e Gastronomia" dove è possibile trovare un'ampia selezione di aziende vinicole a cui si affianca una accurata scelta di prodotti gastronomici delle migliori marche a prezzi competitivi con la comodità di un acquisto veloce, sicuro e con la consegna a domicilio. In particolare, nel corso del mese di marzo da non perdere l'esclusiva vetrina dedicata ai vini Masi Agricola, azienda leader nella produzione di Amarone e vini di pregio delle Venezie, e al cioccolato gourmet di Domori, la prima azienda al mondo ad impiegare solo cacao fine puntando sull'alta qualità...non perdete

tempo, la parola d’ordine è imparare a sperimentare e farlo in compagnia.