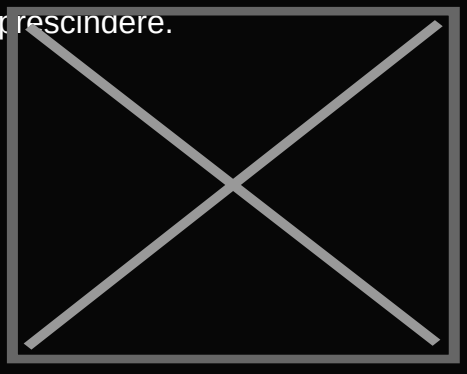
Vino: con la pandemia, più acquisiti online per Gen Z e Millennials

shutterstock-2020927478-fbc28aba

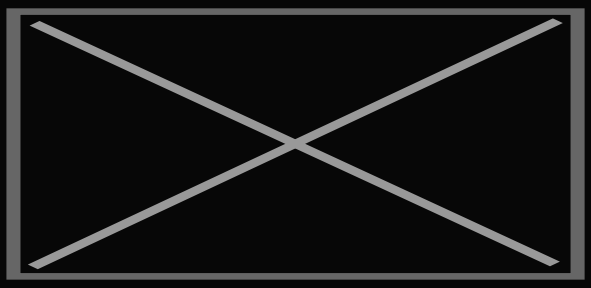
Con la pandemia, sono soprattutto Generazione Z e Millenials ad avere aumentato gli acquisti di vino online. A dirlo è l'Osservatorio sull'e-commerce del vino realizzato in collaborazione tra Vino.com e Wine Monitor di Nomisma, realizzato su un campione di oltre 100mila acquirenti di vino online in Italia per fascia di età nell'ultimo triennio.

Per quanto riguarda il Belpaese, la pandemia ha accelerato lo sviluppo delle **vendite online** di vino che, pur rappresentando ancora un'incidenza ridotta rispetto per esempio a quelle della GDO (meno del 10% in confronto), rappresenta ormai un canale dal quale i produttori vinicoli non possono più prescindere.



Quasi il 46% di tutte le bottiglie acquistate online - sottolinea l'Osservatorio - fanno riferimento a consumatori della cosiddetta Generazione X (nati cioè tra il 1965 e il 1979), seguiti dai Baby Boomers (1946-1964) per il 30% e dai Millennials (1980 – 1995) con un altro 23%. I giovanissimi (Generazione Z) pesano appena l'1,1%, ma evidenziano acquisti in crescita nel triennio considerato (pesavano per lo 0,6% del totale nel 2019), una tendenza in aumento anche nel caso dei **Millennials** (passati dal 19,9% al 22,8% nel 2021).

Nel 2021, la suddivisione per tipologia dei vini acquistati mette in luce ulteriori spunti di riflessione. Le **bollicine rappresentano una categoria "trasversale"**, nel senso che evidenziano incidenze più o meno analoghe sul totale degli acquisti per fascia generazionale (comprese cioè tra il 26% dei baby boomers e il 32% della Gen Z). I **vini rossi** invece denotano un peso più elevato nei consumi dei più giovani (rappresentando il 45% delle bottiglie acquistate dai Millennials contro il 41% dei baby boomers), al contrario dei vini bianchi che trovano una maggior collocazione nel paniere di acquisto dei consumatori over 55.



Infine uno sguardo ai prezzi di vendita. Con la pandemia il **prezzo medio delle bottiglie di vino acquistate online** è diminuito di circa il 7% nel triennio 2019-2021, rispetto al periodo pre pandemico, una riduzione che ha riguardato principalmente i vini fermi mentre è risultata in controtendenza per le bollicine (+7%).

"*È interessante evidenziare come pur a fronte di un calo nel prezzo di acquisto delle bottiglie che ha riguardato trasversalmente tutte le fasce di età, Millennials e Gen Z mostrano in assoluto i prezzi medi di acquisto più alti per tutte le categorie di vini analizzate, a dimostrazione di quella premiumization dei consumi che trova una spinta propulsiva soprattutto negli under 40*", sottolinea **Denis Pantini**, responsabile Agroalimentare e Wine Monitor presso Nomisma.