

LegnanoNews

Le news di Legnano e dell'Alto Milanese

E-commerce del vino: scopriamo chi è il consumatore tipo in Italia

divisionebusiness · Thursday, September 22nd, 2022

È cosa nota il fatto che l'**e-commerce** sia ormai una realtà molto solida nei settori più disparati, e anche il mondo dell'enologia è stato investito dalla "ondata" digitale.

È sufficiente una semplice ricerca online per rendersi conto di come siano diffusi gli e-commerce di questo tipo, VinoPuro, ad esempio, è un sito molto noto a chi è solito acquistare [vino online](#), ma chi è il **consumatore tipo** che compra vino in rete nel nostro Paese?

Nomisma, società di consulenza strategica e aziendale, ha pubblicato a questo riguardo dei dati molto interessanti i quali consentono di dare una risposta molto precisa; le statistiche in questione, è utile sottolinearlo, sono state curate dall'Osservatorio Wine Monitor di tale società.

Il 27% di chi compra vino, lo fa online

Anzitutto, un dato di carattere generale: secondo Nomisma **il 27% dei consumatori totali** di vino acquista online, una percentuale sicuramente cospicua, ma che è destinata ad accentuarsi negli anni a venire, come confermato dai trend registratisi negli ultimi anni.

Millennials al primo posto

A comprare vino online sono più gli uomini rispetto alle donne, mentre per quel che riguarda l'età, la fascia più interessata è quella dei **Millennials**, ovvero chi è nato tra gli anni Ottanta e gli anni Duemila.

I Millennials, secondo Nomisma, rappresentano il 32% degli acquirenti di vino online, seguono i clienti appartenenti alla cosiddetta Generazione X, ovvero i nati tra il 1965 e il 1980, quelli della Generazione Z, cioè giovanissimi nati tra il 1997 e il 2012, ed infine i cosiddetti Baby Boomers, ovvero nati tra il 1946 e il 1964.

Prevalgono i clienti con alte disponibilità economiche

A comprare online sono soprattutto clienti che possono garantirsi un **buon tenore di vita**, quindi con redditi superiori a 3.000 euro mensili: essi rappresentano infatti il 35% del totale.

Seguono i consumatori di fascia compresa tra 2.500 e 3.000 euro, con il 28%, mentre i clienti che si collocano al di sotto dei 2.500 sono il 26% degli acquirenti totali.

Altre curiosità evidenziate dallo studio

Alcune curiosità: Nomisma ha messo in evidenza anche come ben il 35% degli acquirenti di vino online abbia lavorato in **smart working** nel 2020, segno evidente del fatto che i tempi stanno cambiando anche da questo punto di vista, mentre, come si diceva in precedenza, gli acquisti online di vino sono destinati ad aumentare: secondo Nomisma, infatti, 40% dei clienti degli e-commerce di vino avrebbe poi **aumentato il consumo di vino** nell'anno successivo.

Trend simili in Regno Unito e Stati Uniti

Nomisma ha rilevato tali dati anche per quel che riguarda il **Regno Unito** e gli **Stati Uniti**, nello specifico la California, e i trend sono risultati piuttosto simili.

Anche in questi casi, infatti, gli acquirenti uomini sono risultati essere in maggioranza, la fascia di consumatori più cospicua è risultata essere quella dei Millennials, infine ad acquistare vino in rete sono soprattutto coloro che possono vantare dei redditi elevati.

This entry was posted on Thursday, September 22nd, 2022 at 5:38 pm and is filed under [Altre news](#). You can follow any responses to this entry through the [Comments \(RSS\)](#) feed. You can leave a response, or [trackback](#) from your own site.