

Chi compra vino online? Risponde Tannico



Con 4 anni di attività, un catalogo di oltre 9.000 etichette da 1.500 Cantine e 50.000 clienti in tutta Italia, [Tannico](#) ha raggiunto la leadership nell'e-commerce vinicolo del Bel Paese. «Ogni 10 bottiglie vendute online sul mercato nazionale, 3 vengono consegnate da Tannico», riporta il suo fondatore e ad **Marco Magnocavallo**. Da questo ampio campione di clienti parte la prima ricerca dedicata all'e-commerce enoico in Italia. Chi compra vino online? Cosa beve? Quanto è disposto a spendere? Ma anche: qual è il suo segno zodiacale? Tannico prova a rispondere (anche a questo).

La ricerca è stata elaborata sulla base dati di Tannico Intelligence – un servizio dedicato a cantine e consorzi, attivo da 6 mesi, che raccoglie e filtra le informazioni registrate sulla piattaforma di vendita.

Dove si spende di più

A sorpresa, la città disposta a spendere di più per una bottiglia di vino non è Roma o Milano, ma **Gallarate**, in provincia di Varese. Qui il prezzo medio di vendita per bottiglia arriva a circa 17 euro, seguito da quello di Firenze (13,50 euro); Milano e Roma si attestano, rispettivamente, su 10 e 9 euro a etichetta. A livello regionale, la **Lombardia** contende il primato con l'**Abruzzo**, con un prezzo medio a bottiglia di 11 euro. «Considerando il reddito pro capite mediamente più basso, l'Abruzzo è in assoluto la regione disposta a spendere di più. Un dato spiegabile con il fatto che il vino da tutti i giorni è probabilmente comprato in zona, non online» commenta Magnocavallo. La classifica regionale prosegue con Veneto, Sicilia e Molise (dove si spende in media, rispettivamente, 9,50 euro, 8 euro e 6,50 euro a bottiglia).

La forza del brand

La ricerca grafica, il packaging accattivante e la **forza comunicativa del brand** premiano, soprattutto online. In assenza di un intermediario – come l'enoteca – i consumatori si affidano più volentieri ai nomi “noti” capaci di valorizzare la propria immagine. I **grandi marchi** italiani assorbono il **30%** del mercato online, mentre i piccoli produttori si attestano intorno al 10%. Fra le 100 cantine più grandi dello Stivale, la classifica delle vendite di Tannico conferma il successo dei big che investono molto in comunicazione. Il podio è dominato da **Donnafugata** (9,67%), **Cantine Ferrari** (9,56%) e **Cantina Tramin** (8,13%), seguite da Contadi Castaldi (6,07%), Tenuta San Guido (6,02%), San Michele Appiano (6,65%), Bertani (5,21%), Antinori (5,14%), Bellavista (4,87%), Planeta (3,99%). Ma non mancano eccezioni, come la piccola azienda toscana **Ravazzi**, ad oggi tra le cantine che vendono di più su Tannico (oscilla tra quarta e quinta posizione).

Champagne vs Metodo Classico, Barolo vs Brunello

Nel comparto sparkling, la sfida tra Metodo Classico italiano e d'Oltralpe è vinta a mani basse dallo Champagne, che vale il 49% delle vendite di bollicine (notevole, in particolare, la performance del gruppo Möet). Ma considerando l'insieme degli spumanti d'Italia – Franciacorta, Trentodoc e Prosecco – l'ago della bilancia premia per poco il Bel Paese. Lo spumante italiano preferito resta il Franciacorta (26%), nonostante il prezzo più elevato, seguito dal Prosecco (19%) e dal Trentodoc (6%). Il marchio più venduto è Dom Pérignon, che vale il 10,69% delle vendite; segue Ferrari (6,96%), campione incontrastato d'Italia, poi Roederer 4,99%, Monterossa (4,78%), Contadi Castaldi (4,6%), Ruinart (4%).

Tra le due regioni più celebri del vino italiano, **Piemonte e Toscana**, Tannico registra la netta preferenza per quest'ultima (58% contro il 42%) anche confrontando i valori di produzione (53% Toscana, 47% Piemonte) e restringendo la sfida ai due top wines: Brunello di Montalcino vs Barolo (60% e 40%).

Chi compra vino online

Mettiamo al centro il consumatore. Esistono differenze nelle scelte d'acquisto fra uomo e donna? Fra millennial e over 35? ...E fra utenti **Apple e Android**? Partiamo da qui, confermando uno stereotipo: i clienti che accedono a Tannico da device Apple scelgono prodotti più raffinati e ad alto costo, come Champagne e Brunello di Montalcino, mentre gli altri prediligono etichette più economiche e pop (Prosecco, Chianti, Lambrusco). In generale, gli acquisti da mobile generano una spesa media più elevata (137 euro contro i 130 da desktop). Anche i cliché sul **consumo femminile** sono parzialmente confermati: le **bollicine** sono nettamente la tipologia preferita (24% Champagne e 23% spumanti italiani), seguite dai rossi (31%) e dai bianchi (22%) specialmente quelli aromatici. Le clienti del gentil sesso rappresentano comunque una percentuale decisamente contenuta (meno del 15% sul totale) e sono più parsimoniose: la spesa media dell'uomo è del 30% in più.

Una questione d'età

Il confronto generazionale tra **millennial** e over 35 evidenzia invece una contro-tendenza: i giovani acquirenti online preferiscono **vini d'alta gamma** come Bolgheri Doc e Amarone, e tra le bollicine acquistano più Franciacorta e meno Prosecco rispetto ai consumatori più maturi. Una tendenza ancora più marcata tra gli **under 25**, che registrano una spesa media di 24-25 euro a bottiglia e la scelta molto frequente di marchi di lusso. Un esempio? Superano del **+300%** l'acquisto di **Dom Pérignon** rispetto alle altre fasce d'età. L'effetto "ricchezza" e l'idea del vino come status symbol si percepisce forte e chiara, e orienta il giovanissimo che compra vino online.

Dimmi quando sei nato e ti dirò cosa bevi

E l'astrologia? Da Tannico si sono divertiti a filtrare le scelte d'acquisto in base al **segno zodiacale**. Ed è emerso, ad esempio, che i Vergine preferiscono l'Amarone al Barolo, mentre i Bilancia propendono decisamente per il rosso piemontese. Gli Scorpione sono fan assoluti dello Champagne, mentre i Toro amano alternare le bollicine d'Oltralpe e il Franciacorta. Sono state anche individuate le cantine preferite di ogni segno zodiacale (escluse quelle comuni a più segni)... Vi riconoscete?