

E-COMMERCE WINE, BEER AND SPIRIT: GD CONTRO SPECIALISTI

QBERG, istituto di ricerca italiano leader nei servizi di price intelligence e di analisi delle strategie assortimentali cross canale (flyer, punti vendita fisici, e-commerce e newsletter), ha analizzato l'andamento dell'offerta di vino, champagne e spumante, liquori e birre nel canale e-commerce, i cosiddetti wine specialist.

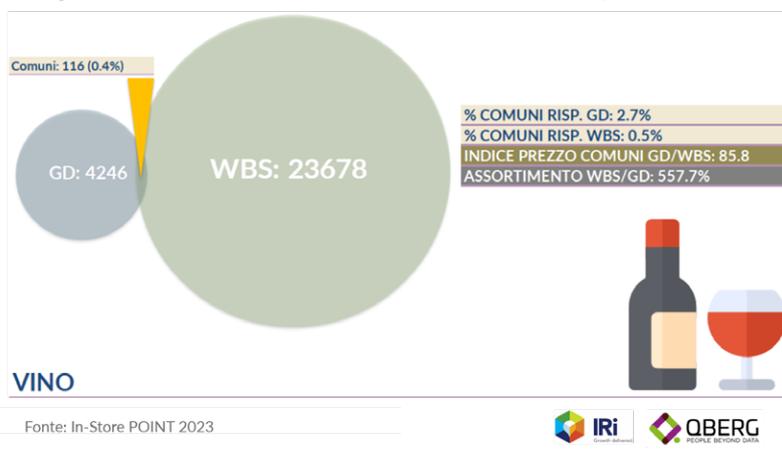


Cosa c'entra la Gd? È pertinente, in quanto il vino, i liquori, le birre e le bollicine, italiane ed estere, sono da sempre presenti sugli scaffali virtuali dei siti di e-commerce, sia per quanto riguarda la Gd vera e propria, ovvero i siti che hanno alle spalle una catena di ipermarket e/o supermarket, sia per gli operatori "web pure", come Amazon Fresh e Tulips Market, e gli operatori di Q-Commerce, come Macai e Getir. In questa analisi abbiamo voluto confrontare gli assortimenti dei principali siti della Gd con gli e-commerce dei "Wbs specialist", per analizzare differenze, sovrapposizioni, indici di prezzo dell'assortimento comune in una singola settimana, dal 20 al 26 febbraio, al fine di fotografare la situazione tipica di un consumatore che si trovasse a dover fare acquisti in un determinato momento dell'anno, relativamente lontano da festività che condizionerebbero pesantemente le offerte in corso.

Il vino: assortimenti non comparabili, ma Gd più conveniente sull'assortimento comune

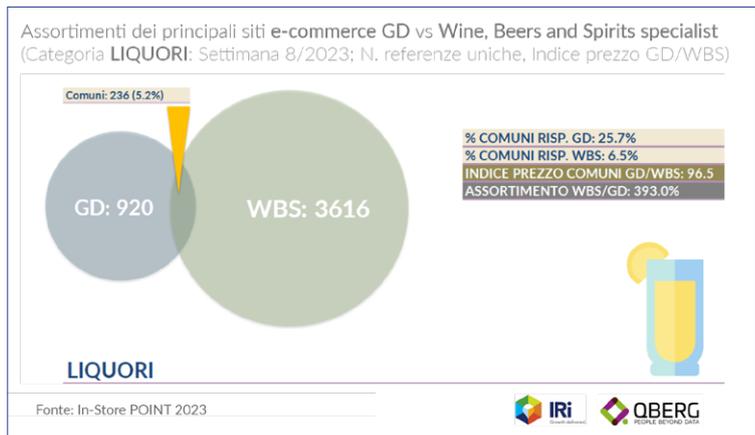
È quello che ci rivela il primo grafico, da cui emerge chiaramente come l'assortimento dei Wbs, con le sue 23678 referenze uniche (considerando anche le annate delle singole etichette) sovrasti del 557,7% quello della Gd. Le referenze in comune sono solo 116, pari a uno 0,4% del totale e pesano, quindi, il 2,7% sull'assortimento della Gd e solo lo 0,5% su quello dei Wbs. Come ci si aspetterebbe da operatori che sono l'eccellenza del mondo della commercializzazione di vini, su queste 116 referenze in comune, però, la Gd è meno cara in media del 14,2%, essendo l'indice medio di prezzo Gd/Wbs di 85,8 punti.

Assortimenti dei principali siti e-commerce GD vs Wine, Beers and Spirits specialist (Categoria VINO: Settimana 8/2023; N. referenze uniche, Indice prezzo GD/WBS)



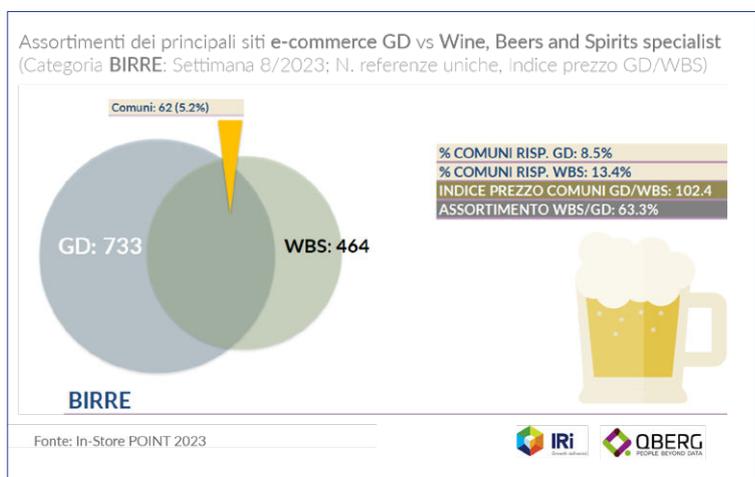
Mondo liquori: i Wbs marcano stretto

Già passando al mondo liquori, in cui gli assortimenti necessariamente non sono così vasti come per i vini, la situazione muta leggermente. Siamo sempre a una stragrande differenza assortimentale tra i Wbs e la Gd, pari al 393% in favore degli specialisti: il tronco comune però è più pesante con 236 referenze, pari al 5,2 del totale, ben il 25,7% rispetto alla Gd e al 6,5% per i Wbs. Per questo, evidenziando una buona attenzione alla competitività dei prezzi da parte dei Wbs, qui l'indice di prezzo è in favore della Gd di soli tre punti e mezzo: gli specialist quindi, sui liquori "marcano stretto" la Gd, offrendo fondamentalmente l'assortimento comune a un prezzo del tutto comparabile.



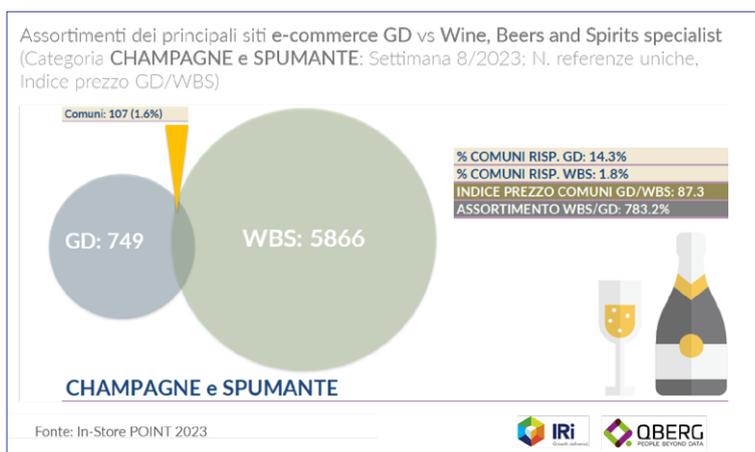
Le birre: più forte la Gd, ma anche più cara

Sulla categoria birre dobbiamo premettere che, come per il vino, le tipologie di prodotti proposti dai due canali sono sostanzialmente diverse: predilezione per il segmento delle produzioni artigianali ed estere per i Wbs, molto più "commerciale" per la Gd. Quest'ultima, infatti, in questa categoria registra un assortimento pari a 733 referenze uniche, contro le 464 degli specialisti: l'assortimento in comune è di sole 62 referenze, pari al 5,2% del totale. In questo caso, l'indice di prezzo di ciò che è in comune va a favore degli specialisti (anche se di poco) in quanto la Gd costa mediamente il 2,4% in più.



Champagne e spumante: specialisti, attenzione alle referenze con più mercato!

Anche nel mondo degli champagne e spumante, così come in quello dei vini, registriamo uno squilibrio enorme degli assortimenti, con i Wbs che sovrastano la Gd del 783,2%. Ma attenzione: in questa categoria, pur potendo parlare di una produzione più "commerciale" rispetto a una di nicchia o addirittura da collezionismo, commerciale non vuol dire di bassa qualità. Non esistono spumanti, né tantomeno champagne, nei brik di tetrapak o nei formati "bag-in-box" da tre litri, insomma. In questo segmento, le 107 referenze comuni, pari all'1,6% del totale, al 14,3% dell'assortimento Gd e all'1,8% di quello degli specialisti, sono semplicemente referenze molto diffuse e note, sia italiane che francesi, e costituiscono "lo zoccolo duro" caro a chi acquista questa tipologia di prodotto.



Per questo ci sentiamo di mettere in allerta il mondo degli specialisti: l'indice di prezzo Gd/Wbs è infatti di 87,3 punti, rappresentando quindi un minor costo medio del 12,7% in favore degli e-commerce della Gd. Tenendo presente che non parliamo di battute di cassa di pochi euro e di acquisti occasionali e non di quantità, questa differenza potrebbe rivelarsi evidente all'occhio del consumatore più attento.■