

14 Μαΐου 2018

Οι αγορές κρασιών ν μέσω internet αυξάνουν

Το βαρόμετρο του Sowine σχετικά με τις συνήθειες κατανάλωσης κρασιού και οινοπνευματωδών ποτών επιβεβαιώνει την ώθηση αγοράς κρασιών μέσω διαδικτύου στη Γαλλία.

Αν και το σούπερ μάρκετ εξακολουθεί να είναι ο προτιμώμενος τρόπος αγοράς κρασιών, οι αγορές μέσω διαδικτύου συνεχίζουν να αυξάνονται. Το 29% των Γάλλων που ερωτήθηκαν από τη Sowine (δείγμα 1009 ατόμων αντιπροσωπευτικό του γαλλικού πληθυσμού) αναφέρουν ότι έχουν ήδη αγοράσει κρασί στο διαδίκτυο. Αυτό αντιπροσωπεύει αύξηση κατά 19 μονάδες σε σύγκριση με το 2011. Δεν αποτελεί έκπληξη το γεγονός ότι το ποσοστό καταγράφεται υψηλότερο μεταξύ των νέων ηλικίας 18 έως 35 ετών (35%), οι οποίοι αγόρασαν ηλεκτρονικά, έναντι 26% για τους ηλικιωμένους. Σύμφωνα με την έρευνα της Sowine, το μέσο καλάθι αποτελείται από 3 έως 6 φιάλες με μέσο προϋπολογισμό ανά φιάλη μεταξύ 5 και 10 ευρώ.

Οι ιστοσελίδες των παραγωγών ν και η σημασία τους

Οι προνομιούχες ιστοσελίδες αφορούν τους παραγωγούς κρασιών σε ποσοστό 50%, κατόπιν ακολουθούν οι ιστοσελίδες που διαθέτουν οι κάβες (38% των ερωτηθέντων) και τέλος κατατάσσονται οι ιστότοποι ηλεκτρονικού εμπορίου (35%). Αυτό που ωθεί τους καταναλωτές να αγοράσουν μέσω του διαδικτύου είναι η ελκυστικότητα της τιμής (51%), το κόστος αποστολής (38%) και της ποιότητας των πληροφοριών (35%). Τι μπορεί όμως να τους εμποδίσει να πατήσουν το κλικ στο κουμπί "buy"; Είναι ο φόβος να παραλάβουν σπασμένες φιάλες, το ακριβό κόστος αποστολής, αλλά και το γεγονός ότι πολλοί από αυτούς απλά δεν το έχουν σκεφτεί σαν δυνατότητα.

Το διαδίκτυο παίζει επίσης ρόλο καθοδήγησης. "Το 34% των καταναλωτών ακολουθούν τις σελίδες των κοινωνικών δικτύων που είναι αφιερωμένες στο κρασί και τα οινοπνευματώδη

και το 70% δίνει μεγάλη σημασία στις πληροφορίες που βρίσκουν εκεί", αναφέρει η Sowine. Ο ρόλος των κοινωνικών δικτύων είναι ιδιαίτερα εμφανής στους νέους καταναλωτές με έναν στους τέσσερις millennials να έχουν ήδη αγοράσει ένα συνιστώμενο κρασί στα κοινωνικά δίκτυα, δύο φορές περισσότερο από τα άτομα άνω των 35 ετών. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι το 40% των νέων ηλικίας 18 έως 35 ετών δηλώνουν ότι έχουν «κατεβάσει» μια εφαρμογή κρασιού στο smartphone ή το tablet τους.

Οι Παριζιάνοι γίνονται όλο και περισσότερο ξεκάθαροι

Το βαρόμετρο της Sowine δείχνει μια αύξηση εκπαιδευμένων καταναλωτών για τους κατοίκους του Παρισιού. Το 52% των ερωτηθέντων των Παριζιάνων πιστεύει ότι είναι λάτρεις του κρασιού, ενώ μόνο το 29% είχε καταγραφεί το 2011.