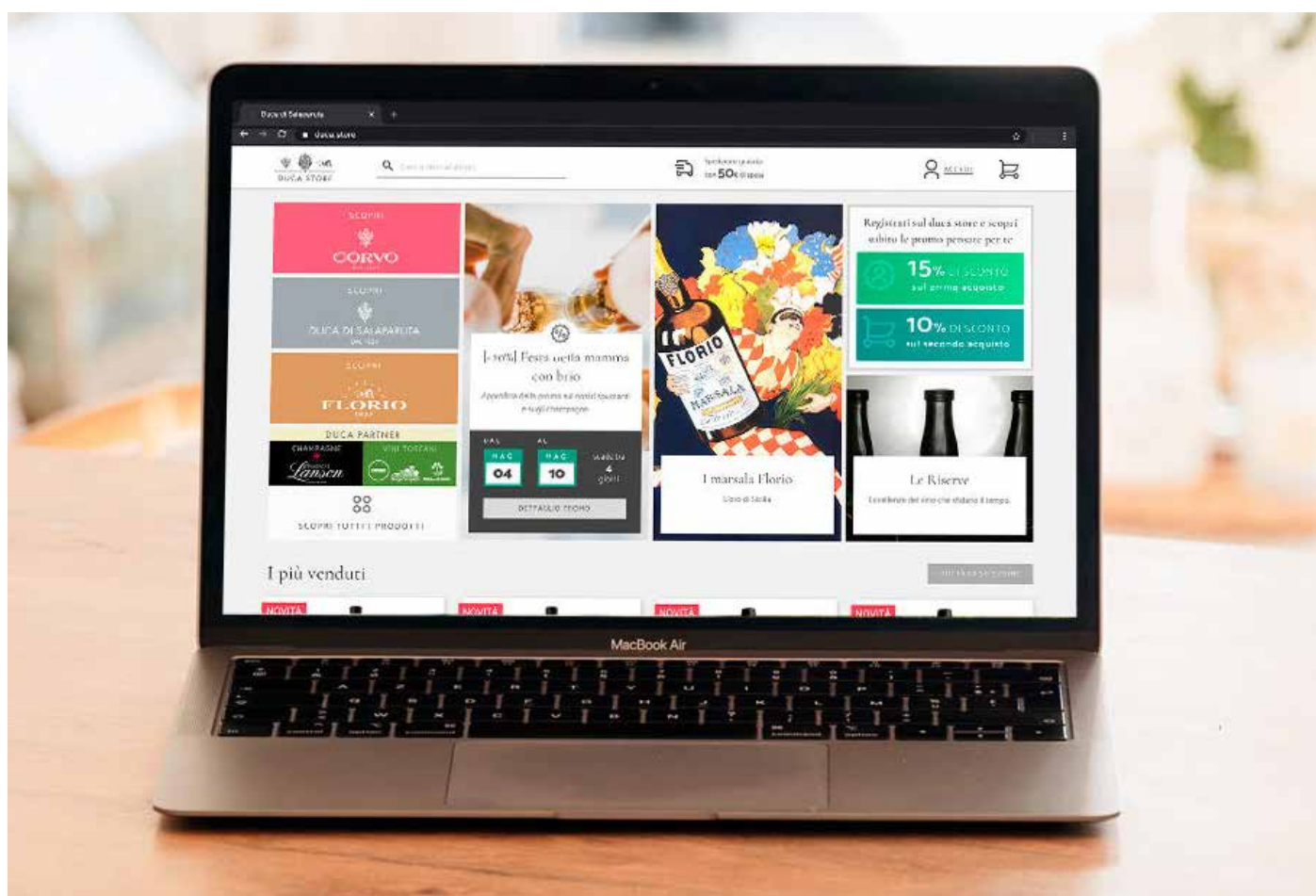


E-COMMERCE DUCA DI SALAPARUTA: I NUOVI SCENARI DEL VINO IN ITALIA

DUCA DI SALAPARUTA E-COMMERCE: NEW SCENARIOS FOR WINE IN ITALY

Il periodo storico particolarmente complesso che stiamo vivendo ha rivoluzionato la nostra quotidianità e i nostri stili di vita concentrando le **occasioni di consumo** di vino e cibo **a casa**. Con la chiusura forzata di bar, locali e ristoranti, la vendita di vino ha registrato un'evoluzione crescente sui canali attivi: la grande distribuzione e soprattutto la **vendita online**.

*The particularly complex period we're going through has revolutionized everyday life, our lifestyles, as now, among other, we consume our meals, food and wine, mostly **at home**. With the temporary shutdown of cafes, bars and restaurants, wine sales keep increasing wherever possible: on the large-scale distribution circuit and, above all, **online**.*



The screenshot shows the Duca.Store website interface. At the top, there's a navigation bar with the Duca Store logo, a search bar, and user account options. Below this, a category menu includes 'TUTTI', 'CORVO', 'FLORIO', and 'DUCA PARTNER'. The main content area features a large image of a wine bottle with a 'NOVITÀ' badge. To the left, a promotional banner offers a 15% discount on the first purchase. To the right, the product details for 'LÀVICO' are displayed, including the price (13.50 €), a description, and a 'REGISTRATI SU DUCA STORE' button. The bottom of the page shows a 'Descrizione' tab and a 'Scheda tecnica' tab.

Per **Duca.Store**, l'online shop che offre la gamma completa dei vini di **Duca di Salaparuta, Corvo e Florio**, **Marzo 2020** si è rivelato uno dei mesi più performanti dell'anno.

Il sito **www.duca.store** ha registrato infatti un incremento di pagine visitate superiore al **100%** e soprattutto un aumento degli **ordini online pari a +341% rispetto a Marzo 2019**, con un totale di oltre **2.500 prodotti venduti in un solo mese**. Tra le etichette più vendute si riconfermano le grandi eccellenze dei nostri vini siciliani: **Glicine, Corvo Bianco e Irmàna Grillo per Corvo, Passo delle Mule e Kados tra i vini delle Tenute Duca di Salaparuta, e Targa per il mondo Florio**, solo per citarne alcuni.

For **Duca.store**, the online shop offering the full range of **Duca di Salaparuta, Corvo and Florio wines**, **March 2020** proved to be one of the best months of the year saleswise. And in fact **www.duca.store** registered a rise in website visits of more than **100%** and, most strikingly, an uptick in **online orders of +341% in comparison to March 2019**, with a total of 2,500 products sold in the e-commerce store **in just one month**.

True to form, fine Sicilian wines made for the bestselling labels: **Glicine, Corvo Bianco and Irmàna Grillo for Corvo, Passo delle Mule and Kados** from the **Duca di Salaparuta** lineup, and **Targa** from the **Florio** one, to mention only a few.

Sicuramente un risultato che premia la qualità dei prodotti del **Gruppo Duca di Salaparuta** anche in questa nuova fase di mercato che segue l'impennata della modalità di acquisto dei consumatori nel canale online, abitudine certamente dettata dallo stato di quarantena, ma ulteriormente supportata da due interessanti **strategie di marketing**:

- l'iniziativa **#ILVINOTELOPORTIAMONOI** che per incentivare l'acquisto da casa ha azzerato, per un periodo di alcune settimane, le **spese di spedizione** su tutti gli ordini effettuati sullo store;

- l'attività di **advertising social** sulle promozioni tematiche in corso ("Bianchi di Primavera", "Festa del papà", "Confezioni regalo per Pasqua"): le sponsorizzazioni mirate sui canali digitali (in particolare **Facebook, Instagram** e le **newsletter**) hanno raccolto un risultato importante, raggiungendo **oltre 120.000 utenti in target** e generando un notevole **aumento del volume di ordini derivante dai social** (si rileva che oltre il **33% del traffico su Duca.store** nel mese di Marzo derivato dalle attività di comunicazione sui Social Network).

*Surely, this is a result that rewards the quality of **Duca di Salaparuta Group** products, also as the market evolves more and more toward online sales. And while new consumer appreciation for shopping online owes greatly to the current public health quarantine, it is backed up by two interesting **marketing strategies**:*

- the **#ILVINOTELOPORTIAMONOI** initiative, which to boost online purchases, has eliminated **shipping costs** on all orders from

the e-commerce store for a period of weeks;

- **social media advertising** re current theme promotions ("Bianchi di Primavera," "Festa del papà," "Confezioni regalo per Pasqua"): *sponsorship activities on digital channels (primarily **Facebook, Instagram**, and our own **newsletters**) have produced major results, reaching **over 120,000 target users** and generating a significant **increase** in the **volume of orders** from social media sources (note: **+33% in Duca.store traffic** in March due to communication activities on social networks).*



Ciò che ci attende al termine di questo periodo così complesso è di certo uno **scenario del tutto nuovo** per il consumo dei vini e non solo: è quindi importante fare tesoro degli ottimi risultati di vendita registrati su **Duca.store** ma soprattutto delle osservazioni raccolte in questo periodo, per attuare strategie di comunicazione sempre più efficaci sul **territorio dell'online**.

A fare la differenza infatti, per chi sceglie **Duca di Salaparuta anche a casa**, è la costante riconferma dell'attenzione per il consumatore e soprattutto della qualità di grandi vini del Made in Italy.

*What we can expect at the end of this distinctly complex period is, for sure, a **totally new scenario** as to shopping for wine and not only. So, it's important to draw a valuable lesson from the great sales at **Duca.store** and especially from observation of consumer behavior in these months, to set in motion ever more effective communication strategies in the **online world**.*

*For people who choose **Duca di Salaparuta also from home**, what makes the difference is unfailing attention to the consumer and, first and foremost, the excellent quality of Italian wines.*

