La Prima di WineNews.it

n. 1482 - ore 17:00 - Venerdì 17 Ottobre 2014 - Tiratura: 30747 "enonauti", opinion leader e professionisti del vino
Registrazione del Tribunale di Siena n. 709 del 31 Marzo 2001 - Direttore responsabile: Alessandro Regoli

Chianti Classico dal 1716
coop La Coop sei tu.
A Worldwide Passion
vinitaly 22-25 marzo 2015 49° edizione Verona

La News

I wine lover di Francia

In Francia, un po' come in Italia, l'importanza del vino è un fatto culturale, ma il rapporto tra consumatori e Bacco è in continua evoluzione, specie nell'epoca del digitale. Come racconta il barometro Sowine/Ssi 2014, "Les Français, le vin et le web", solo il 4% dei francesi si ritiene un esperto di vino, mentre il 42% si considera un dilettante, ed il 54% un neofita. Per le abitudini di acquisto, il 79% dei consumatori sceglie il supermercato, il 45% l'enoteca, il 30% le cantine, e solo il 9% si rivolge abitualmente al web. L'82% dei wine lover stappa le proprie bottiglie in casa, il 51% le condivide con gli amici, il 43% sceglie il vino al ristorante, e solo l'8% al bar.

Villa Sandi
Vini per Passione e per Tradizione

SMS

Vino, web, inglese

Fondamentale, quando si parla di internazionalizzazione e comunicazione, è ovviamente l'inglese, utilizzato dal 96% delle aziende, mentre in un 35% si parla anche francese e in poco più del 30% il tedesco. Nel complesso, il 95% delle imprese vitivinicole esporta all'estero, e i dati raccolti dall'agenzia "BeSharable" evidenziano l'assoluta rilevanza del web in questo processo. Le Pmi che negli ultimi anni hanno utilizzato internet attivamente sono cresciute più in fretta, hanno raggiunto una clientela più internazionale e hanno assunto più persone. L'e-commerce, ad esempio, comincia a registrare dati interessanti: il 43% delle imprese vitivinicole coinvolte vende i propri prodotti anche online, e il 36% vorrebbe cominciare. Inglese & internet, è da qui che passa il futuro.

Cronaca

Ocm, fondi ben spesi

Nell'Italia che fa fatica a spendere i fondi europei, le buone notizie arrivano dal mondo del vino: nell'annualità 2013/2014, infatti, sono state impiegate risorse dell'Ocm vino pari a 337 milioni di euro, il 99,8% del budget a disposizione, come comunica il Ministero delle Politiche Agricole, guidato da Maurizio Martina. A fare da traino, le misure della ristrutturazione e riconversione dei vigneti e della promozione dei vini sui mercati dei Paesi terzi, con una quota di 243 milioni di euro.

Baglio di Pianetto
Chateau Siciliano

Primo Piano

"Wine2Wine": Google e TripAdvisor in cattedra

Marketing, comunicazione, web, export, scenari di mercato, normativa, amministrazione e fiscalità: ecco i temi caldi per le cantine italiane, che saranno al centro di "Wine2Wine", il primo forum pensato per le imprese del vino del Belpaese, ideato da Veronafiere-Vinitaly con Federvini e Unione Italiana Vini, di scena a Verona il 3-4 dicembre (www.wine2wine.net), per fornire esperienze pratiche, nuovi contenuti e strategie di ricerca e sviluppo, portando a confrontarsi con i più importanti operatori della filiera. Tanti i temi che saranno sviscerati: dal web marketing, con i contributi, tra gli altri, di Luca Curtarelli, business development manager di Google Italia, agli strumenti finanziari per far crescere le aziende, con Gabriele Barbaresco (Ricerche e Studi - Gruppo Mediobanca), Carlo Rossi Chauvenet e Vincenzo Capizzi (Sda Bocconi), Andrea Fedi (Studio legale Legance) e altri. E, ancora, si parlerà di scenari consumo, produzione e distribuzione con Tiziana Sarnari (Ismea); delle opportunità per il vino nella Pac 2014-2020 con Paolo Castelletti (Uiv), Felice Assenza (Ministero Politiche Agricole) e Francesca Bignami (Copa-Cogeca); di mercati internazionali, Cina in particolare (con, per esempio, Judy Chan, presidente Grace Vineyard, tra le cantine più importanti del Paese, Yang Lu, wine director per gli Shangri-La hotels, considerato il sommelier più importante e influente in Cina, e Sunny Zhang, segretario dell'Associazione Cinese Sommelier), ma anche Canada, Usa, Germania e Uk. E, ancora, di temi come il nuovo sistema dei diritti di impianto, di regole dei controlli nella produzione e nella distribuzione, del valore dei brand, di blog e comunicazione, del passaggio generazionale nel mondo del vino, di Expo2015 come occasione per i territori, di e-commerce (con le esperienze di Vente-privée, Le Figaro Vin e Vinitaly Wine Club), ma anche di enoturismo, con Joseph Fratangelo, destination marketing sales manager Italy per TripAdvisor e Daniela Mastroberardino, presidente Movimento Turismo Vino, e di tanto altro. Con i contributi di cantine importanti, come, tra le altre, Gruppo Italiano Vini, Antinori, Frescobaldi, Zenato, Ruffino, Mezzacorona, Duca di Salaparuta e Ferrari.

Focus

Imprenditori enoici e digital divide

L'imprenditore del vino italiano ha ancora difficoltà a comunicare efficacemente ciò che rappresenta, e quanto è capace di fare, non riuscendo, così, a proporre un prodotto competitivo all'estero. Si possono riassumere così i risultati della ricerca sul rapporto tra il mondo del vino italiano e i nuovi mezzi di comunicazione dell'agenzia di comunicazione "BeSharable", che ha coinvolto 3.439 aziende. Ricerca da cui è nata una guida in dieci punti, "BeSharable in the wine market", un decalogo che aiuta le aziende del settore a utilizzare i nuovi mezzi di comunicazione ed essere più competitive sul mercato. Per prima cosa, i nostri produttori devono imparare ad essere presenti online, comunicando il "locale" con un approccio "globale"; poi, è importante che si relazionino direttamente e quotidianamente con il proprio target, attraverso un sito ed attivando e gestendo canali di interazione social; e ancora, vendere 24 ore su 24 tramite e-commerce, ma anche creare una community di appassionati a costi contenuti, sperimentando con mezzi innovativi e senza paura di sbagliare; è anche opportuno affidarsi a degli esperti, che sappiano valorizzare l'arte del vino, raccontandone l'esperienza sensoriale.

Business Strategies
Esperienza e professionalità al servizio del business

Verdicchio!!! Potevi dirlo prima...

Wine & Food

"Crisi: spendo meno, mangio meglio" by Coldiretti/Censis

Gli italiani che non riescono neanche a portare in tavola i cibi necessari per garantirsi una buona salute sono più che raddoppiati (+130%) dall'inizio della crisi nel 2008, ed oggi ci sono 11 milioni di persone che, pur volendo, non possono permettersi un pasto proteico adeguato almeno ogni due giorni. Intanto, 6 su 10 riducono il budget per la spesa, guardando soprattutto a genuinità (45,4%) e prezzi (39,1%), e 13,8 milioni di lavoratori si portano in ufficio il cibo preparato in casa. Ecco alcuni atout della ricerca "Gli effetti della crisi: spendo meno, mangio meglio" di Coldiretti/Censis, oggi a Cernobbio.

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Diritti di impianto dei vigneti: dopo il "no" alla liberalizzazione voluto da molti, dal 2015 si passa al sistema delle autorizzazioni. Ma, intanto, il "vigneto- Europa" diminuisce, mentre i competitor del mondo continuano ad espandersi. Il pensiero sul tema di José Ramon Fernandez, segretario generale del Comité Européen des Enterprises Vins.

International Exhibition Management
PRESENTA
Simply Italian Great Wines