Data 06-04-2011

Pagina 19

1/3 Foglio

CIN, CIN SMARTPHONE

NASCE WINEOPEDIA LA PRIMA ENCICLOPEDIA DEL VINO «MOBILE» PER SAPERE TUTTO SULLA BOTTIGLIA CHE STATE DEGUSTANDO

di Maurizio Tropeano

ineOpedia è la prima enciclopedia del vino «mobile». Basta un telefonino e un codice Orcode applicato sulla bottiglia per permettere a un consumatore occasionale di entrare nei segreti più nascosti di un vino. E può farlo al ristorante o in enoteca, da casa o al supermercato. I suoi ideatori, Edoardo Costa e Carlo Capello, l'hanno promossa come «scan click experience» perché è in grado di guidarvi tra i colori, le note olfattive, le sensazioni in bocca e l'equilibrio, ad esempio, di un moscato passito. E in tempo reale è in grado di offrirvi non solo la descrizione organolettica del vino, ma dare informazioni sul produttore, consigliare gli abbinamenti con ricette uniche e le temperature giuste per servirlo.

L'enciclopedia portatile del vino è stata creata pensando a un mercato potenziale di 165 mila produttori, cinquemila cantine censite dalle guide del settore e, soprattutto ventimila etichette. Spiegano: «Tra le principali voci di spesa per le aziende vinicole ci sono comunica- e dell'esperienza diretta zione e marketing».

Dati Unicab 2009 alla mano, le principali area di intervento sono le etichette e, più in generale, il packaging della bottiglia (98%), «Vale a dire, il vino sarà molto buono, ma tutti hanno capito che deve anche essere ben presentato». Seguono la partecipazione a fiere (94%), le attività di pubbbliche relazioni (93%) e l'organizzazione di eventi di degustazione (81%), con l'ausilio del canale web per la comunicazione (72%). Detto in parole semplici, «un buon vino con una bella etichetta deve poi essere comunicato e spiegato al consumatore, specie per i marchi con limitata diffusione». A questo scopo contribuisce anche la pubblicità su canali convenzionali, quali guide specialistiche (60%), riviste di settore (51,4%) e mass media (33%).

Secondo uno studio promosso da Vinitaly 2010, i consumatori, invece conoscono soprattutto i vini del loro territorio e scelgono il vino di marca, sulla base del passaparola (76%)

(30%). Costa e Capello spiegano: «Chi è poco informato si avvale del prezzo come unico elemento di distinzione. Alto prezzo significa alta qualità: di fronte a un prezzo molto elevato c'è persino chi non si reputa all'altezza e preferisce reclinare l'acquisto (8%)!».

WineOpedia mette in comunicazione questi due mondi «evitando che il consumatore scelga la bottiglia sulla base di consigli generici e, naturalmente, del prezzo. E il viticoltore può informarlo sul valore del proprio prodotto». Il Qr-code sulla bottiglia rimanda a un'etichetta web multimediale fatta su misura per essere consultata dal telefonino e «il produttore vinicolo potenzierà il suo nome trasmettendo una maggiore esperienza di consumo e aumenterà le sue potenzialità di vendita facendo leva sul fenomeno di acquisto d'impulso».

Per consultare l'enciclopedia basta scannerizzare il codice con una delle applicazioni di lettura che sono disponibili gratis on-line. Una volta visualizzate le «pagine»

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del riproducibile. destinatario, non

LA STAMPA dossier+

Data 06-04-2011 Pagina 19

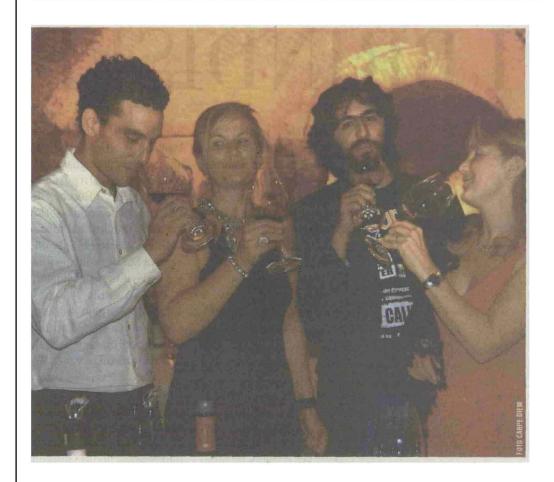
2/3 Foglio

scoprite il vino, il produtto- aumentando le vendite».

re con la sua storia, i suoi Ma c'è ancora molto da vini, i suoi contatti. Secondo fare: «Oggi WineOpedia è Edoardo e Carlo si «tratta disponibile in Italiano e in di uno strumento innovati- Inglese, ma sarà presto travo di Proximity Marketing dotta in molte altre lingue. che permette a produttori Il produttore che sceglierà e distributori di superare le di essere sull'enciclopedia barriere con i consumatori mobile potrà quindi rag-

giungere tutti i (potenziali) consumatori interessati alla bottiglia. E parlerà la loro lingua». Per conoscere l'enciclopedia mobile e i suoi ideatori si può visitare il sito www.wineopedia.it e, se sarete a Vinitaly 2011, potrete vederne una dimostrazione sulle bottiglie Marenco (padiglione 9 stand E3).

Basta un cellulare di nuova generazione e un codice Qrcode applicato sul prodotto scelto per scoprire tutti i segreti delle migliori marche in commercio



Data 06-04-2011

Pagina 19

Foglio 3/3

UNA DEGUSTAZIONE SENZA CONFINI

SI WINENEWS QUASI TRENTAMILA APPASSIONATI CONFRONTANO GUSTI, MODE E TENDENZE

di Gianpiero Maggio

I mondo del vino è fatto di fenomeni reali e virtuali. C'è una realtà online che ha messo insieme una concretezza straordinaria: è www.winenews.it, un'agenzia quotidiana di comunicazione sul mondo del wine & food, attiva dall'Aprile

2000: attualmente conta 28.500 utenti registrati (nome, cognome indirizzo, mail, professione, vino preferito), cosa che trasforma il sito nella degustazione più grande del mondo. WineNews, a giugno 2005, ha creato anche una newsletter. "I Ouaderni di WineNews", appunti di critica enologica curati dai giornalisti Franco Pallini e Antonio Boco che arriva nella casella di posta elettronica di migliaia di enonauti e professionisti del vino. Ad aprile 2006, ha realizzato www.winenews.tv. web-tv unica nel panorama nazionale che presenta, in forma di video e/o audio, interviste, personaggi, sondaggi e curiosità del mondo dell'enologia e che attualmente raggiunge 95.000 visitatori unici al mese. Con quasi 1.800 contenuti multimediali in archivio, in quotidiano aumento, www.winenews.tv, ottimizzata per palmari e cellulari, si sviluppa in una comoda interfaccia verticale di pagine e menù che agevola la navigazione e permette di arrivare in pochi istanti ai contenuti desiderati: in più, un potente e semplice motore di ricerca consente di ottenere i risultati per contenuti o parole chiave. La sezione "Letto per voi" è dedicata alla rassegna stampa dei maggiori quotidiani e magazine nazionali curata in versione audio dalla redazione e scaricabile anche in podcast. WineNews, a marzo 2007, ha sviluppato la versione per cellulari e

dispositivi mobili del suo portale principale: www. winenews.it/mobile che serve oltre 15.000 sessioni mensili.

Dal 2005 è, inoltre, operativa un'importante collaborazione con Vinitaly, la più importante vetrina mondiale del vino, che ha affidato la redazione delle news del portale www.vinitaly.it a www.winenews.it: questo accordo va ad aggiungersi alla realizzazione, sempre in partnership Vinitaly-WineNews, di sondaggi rivolti agli enonauti. WineNews, che fa parte della Fondazione per le Qualità Italiane -Symbola, elabora ogni anno "Cantine in Web" (edizione n. 6), sondaggio-analisi su dati e reazioni sul rapporto tra aziende vitivinicole e Internet; un importante monitoraggio, ancora unico in Italia, per avere una finestra aperta sul "villaggio globale". Il 12 gennaio 2009 è nato il primo foglio elettronico di comunicazione quotidiana del mondo del vino: è "La Prima di Winenews". la nuova newsletter che dal lunedì al venerdì viene inviata gratuitamente, alle ore 17, agli oltre 27.450 professionisti del vino, enoappassionati e opinion leader del wine & food registrati. Lo staff di Winenews: Alessandro Regoli - direttore; Irene Chiari - responsabile comunicazione: Federico Pizzinelli, Giordano Belloni: Antonio Boco, Emma Lucherini, Eleonora Ciolfi; Giordano Belloni, Loretta Ferretti e Jean Matranga.



itaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

074078