

Novità dal mondo del vino e Internet 04/2010

I TEMI _Collaborare o perdere _Successo raggiunto con lungimiranza e coraggio _Collaborare e vincere attraverso le reti _Lavoro di squadra: qualità e rintracciabilità del legno, un workshop a Torino _La cantina del mese é italiana _Pubblicità: la crescita maggiore è in Internet _Pagamento per i contenuti online: soprattutto i giovani capiscono che la qualità ha un valore

Gentile lettore,

collaborare o perdere ... questo è il motto oggi. E qual è la collaborazione migliore? Allearsi con chi sta già avendo successo. Con Wein-Plus, per esempio. Come abbiamo già visto in Novità 01/2010, i creativi agiscono diversamente. I creativi si trovano una nicchia nella quale lavorano con successo e, spesso, in sordina. Come Elio Cassarà.

_Lungimiranza e coraggio. La storia di un successo

Quando Elio Cassarà raccontò di voler aprire una vineria a Berlino-Kreuzberg nella quale ci sarebbero stati soltanto vini di qualità a partire da 3 Euro il bicchiere, i suoi amici glielo scongiurarono. Ma, proprio in questo quartiere multietnico che viene associato piuttosto ai concetti di "povertà" e "basso strato sociale", Elio ha visto una grande occasione. Qui, infatti, a parte tantissimi locali semplici a pizza e birra e ritrovi "trendy" che cambiano continuamente, si trovano nel resto di Berlino solo un paio di ristoranti esageratamente cari ed esclusivi nei quali il vino è sì buono ma anche molto molto caro; è venduto a bottiglia e, quindi, spaventa un consumatore meno esperto.



Nel locale di Elio, i prezzi dei piatti sono abbordabili e il vino si può bere a bicchiere. I prodotti offerti sono sempre freschi e importati direttamente e il menù cambia ogni giorno. E' sicuramente un gran lavoro, ma il locale, con i suoi 48 posti, fa il pieno più volte quasi tutti i giorni, anche con clienti fissi che gustano volentieri l'autentica e varia cucina italiana. Spesso, questi sono perfino dei gastronomi che, nel loro poco tempo libero, non hanno voglia di cucinare per se stessi. Si rifocillano con un buon boccone e un buon bicchiere e, magari, si comprano anche un bancale di vino per il proprio locale. Ci sono perfino degli avventori che si scusano quando devono assentarsi per qualche tempo per motivi privati o di lavoro.

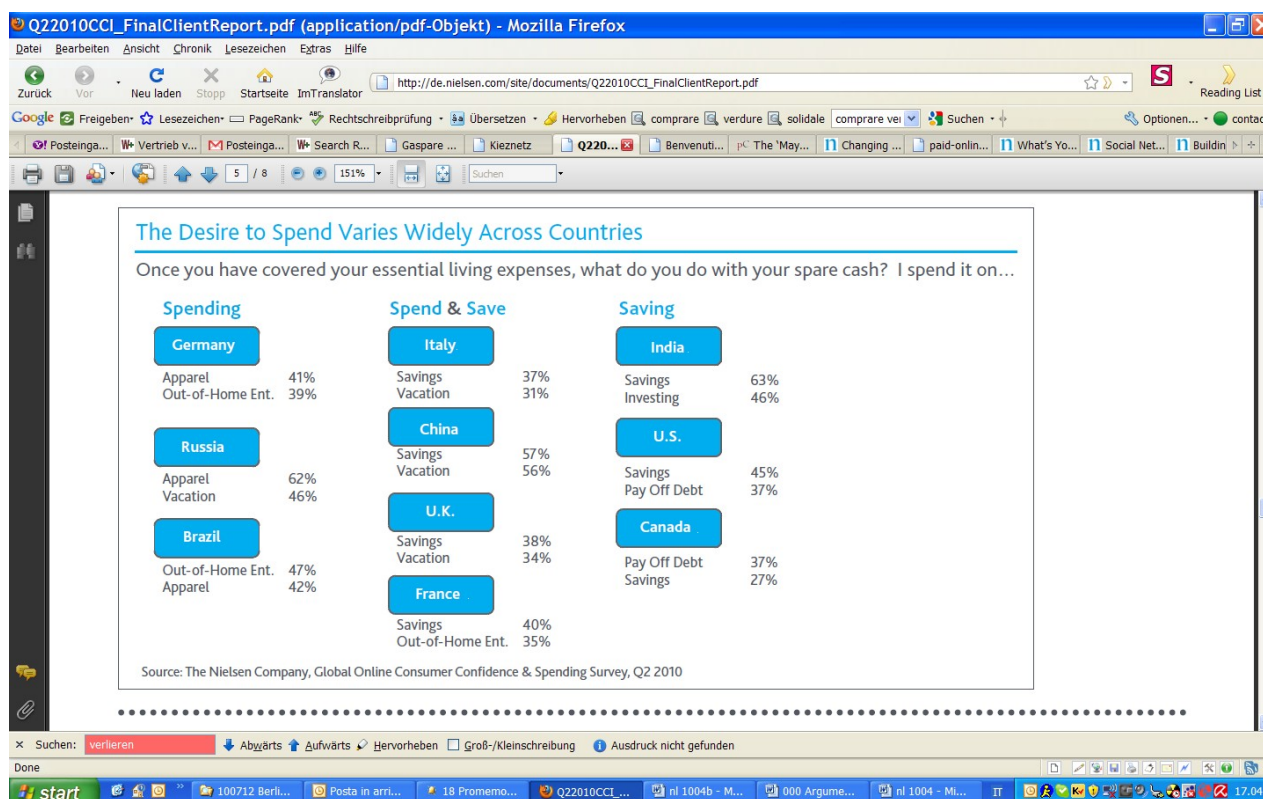
Niente pizza, niente birra: solo piatti tipici e buon vino a prezzi accessibili. Se Elio avesse ascoltato i suoi consiglieri, con un'offerta ordinaria avrebbe già chiuso i battenti come molti dei suoi predecessori. Ma Elio è un creativo, non uno che sta lì a lagnarsi.

Il successo gli sta dando ragione e dimostra che la gente è senz'altro disposta a pagare anche bene per qualcosa di buono. Importanti sono determinazione, trasparenza, qualità e servizio. Il locale è decorato con quadri che dipinge Elio Cassarà stesso, da genio versatile qual è, e nell'aria risuona musica jazz. Fino al mese di luglio, in cucina stava ancora Elio personalmente, dalla fine di agosto, dopo le ferie, comincerà un nuovo cuoco che è stato assistente cuoco in un ristorante stellato. Questa combinazione attira talmente tanti clienti che, adesso, si dovrà spostare il banco per far posto ad altri tavoli.

N. B.: Il comunicato sull'inaugurazione della vineria è stato pubblicato in Wein-Plus, là dove molti appassionati di vino vanno ad informarsi. Elio, poi, è registrato come fonte d'acquisto presso i viticoltori che sono indicati anche nella Guida di Wein-Plus, cosa che permette più rapidità nelle vendite.

Collaborare e vincere

Queste storie di successo avvengono qui vicino a noi, in Germania, a Berlino; non c'è bisogno di guardare oltreoceano. Lì, infatti, come mostra il seguente grafico, si punta di più al risparmio:



In America, Canada e Asia, la disponibilità a "spender soldi", al momento, è estremamente bassa, come risulta da uno studio della società di sondaggi Nielsen. In Germania, invece, sembra che piaccia uscire (Out-of-home Entertainment) e, di conseguenza, consumare. In più, visto che qui esiste anche una buona cultura di base in materia di vino, vi sono ottime premesse. E, allora: non lasciate ad altri questo bel mercato!

Prendere il toro per le corna invece che continuare a lamentarsi! Così Elio ha demolito tutti i pregiudizi comuni dimostrando che non esiste solo la leva del prezzo, che la ristorazione sa vendere il vino e fare comunicazione con dignità e molta competenza. In questo modo si forma piano piano una rete di fiducia, una spirale positiva: un'offerta varia e di pregio elevato fa nascere la voglia per nuove scoperte. Le esperienze positive fanno ritornare gli avventori e attirano altri nuovi clienti. Il vino si vende bene e all'inizio delle ferie era pure esaurito. Soddisfazione su tutti i fronti. E il cliente diventa partner. Di Elio e di Wein-Plus.

Questo significa duro lavoro e non è una strada a senso unico. I viticoltori e i produttori di generi alimentari non sono semplicemente dei fornitori da torturare a morte. Chi vuole la qualità, deve pagarne il prezzo e lo fa anche volentieri se la qualità è effettiva. E le collaborazioni riescono più facili quando ci si accontenta anche di piccoli passi perché, come dice il proverbio, "chi va piano va sano e va lontano". Questo se lo immagina anche l'Azienda Agricola Ricci Curbastro della Franciacorta, che il 6 agosto ha aperto una lounge in un'altra metropoli della Germania: Francoforte sul Meno. Speriamo che abbia lo stesso risultato positivo: glielo auguriamo di cuore.

N. B.: Wein-Plus offre un valido supporto a tutti gli abbonati (viticoltori e professionisti) con la possibilità di pubblicare i loro comunicati stampa in Wein-Plus perché possano utilizzare la rete per i propri obiettivi di comunicazione e raggiungere una cerchia molto vasta di lettori (<http://www.wein-plus.it/Wein-Plus-in-cifre.461.0.html>). Affidatevi a noi anche nel creare o tradurre i vostri comunicati stampa! I nostri collaboratori madrelingua non solo provvederanno ad una traduzione rigorosamente accurata e professionale ma la loro passione per il vino fa sì che contraddistinguerà i vostri testi con un linguaggio che valorizzerà ulteriormente il vostro prodotto/servizio.

_Lavoro di squadra

"Degustare il legno", così si dice quando si assaggia lo stesso vino da botti di diversa grandezza, provenienza, stagionatura e tostatura per trovare la combinazione migliore per il proprio prodotto. Normalmente questo avviene nel profondo della cantina, ma venerdì 22 ottobre, alle ore 19:00, al prossimo Salone del Gusto al Centro Lingotto Fiere a Torino, potrete provarlo anche voi. Tramite una serie di assaggi, scoprirete come i diversi legni (Allier, Tronçai, Jupille e Vosges), il loro spessore, la tostatura e la capienza dei contenitori influenzino l'affinamento del vino. Vi guiderà uno dei massimi esperti del legno, Joseph Nicastro, in collaborazione con Aldo Vajra, noto produttore di Barolo, e Philippe Charlopin della cantina Philippe Charlopin-Parizot di Gevrey Chambertin. Insieme a Nicastro intervengono Stéphane Chassin (bottaio della Borgogna) che vi spiegherà il suo modo di tostare per tirar fuori il meglio del legno e Ludovic Gauthier di Merrain Camille Gauthier (uno dei migliori merrandier francesi di legno di qualità) che vi parlerà sulla provenienza e sul tempo di stagionatura del legno e sui sistemi per assicurare, da un lato, la perennità dei boschi e, dall'altro, la qualità e rintracciabilità del legno. Avrete a disposizione tutti gli attori della filiera per una grande bottiglia e capirete l'importanza del lavoro di squadra. Per prenotare uno dei posti (limitati!) cliccate qui: <http://www.salonedelgusto.it/eventi/LGS43/joseph-nicastro-i-legni-e-il-vino.html>



La filiera della qualità (da sinistra a destra): Ludovic Gauthier, Stéphane Chassin, Joseph Nicastro, Aldo Vajra

N. B.: Ricordiamo che Wein-Plus ha firmato una convenzione con il bottaio Chassin per facilitare i produttori italiani, abbonati a Wein-Plus, ad ottenere questi prodotti certificati ad un prezzo e fattura speciale. Per ulteriori dettagli rivolgetevi a contact@Wein-Plus.it.

_La cantina del mese

La cantina del mese di luglio era di nuovo italiana: con una verticale del suo spumante, indietro fino all'anno 1988, l'Azienda Agricola Zamuner, veneta, ha dimostrato con grande effetto di appartenere ai migliori produttori italiani di spumante ... e questo già da lungo tempo. COMPLIMENTI! http://www.wein-plus.de/italien/Zamuner%20Azienda%20Agricola_64494.html

N. B.: Le degustazioni verticali sono un momento interessante per parlare di un'azienda. Tutte le verticali, oltre che apparire nella guida online di Wein-Plus, sono state anche menzionate in un breve articolo nella rubrica "Im Fokus". Se volete inviare la vostra: contact@wein-plus.it!

_Pubblicità: la crescita maggiore è in Internet

Come comunicato dalla società di sondaggi Nielsen il 2 agosto 2010 a Milano, la prima metà dell'anno va in archivio con un risultato decisamente positivo per il mercato pubblicitario. Con una spesa superiore ai 4,5 miliardi di Euro, la variazione rispetto al primo semestre 2009 è stata del +4,7%. Considerando solo l'Italia, la crescita complessiva dell'advertising è stata del +5,4%, mentre nel mese di giugno è stata del +9,7% rispetto allo stesso mese del 2009. L'advertising è in aumento per tutti i settori principali ed in particolare per alimentari (+10,0%) e bevande/alcolici (+9,2%). Tv, radio e internet hanno chiuso il semestre con un andamento migliore rispetto al mercato. Aumenta il numero di aziende inserzioniste rispetto al 2009 (+0,6%). Esponenziale è la crescita in Internet: **+42%** rispetto al 2009.

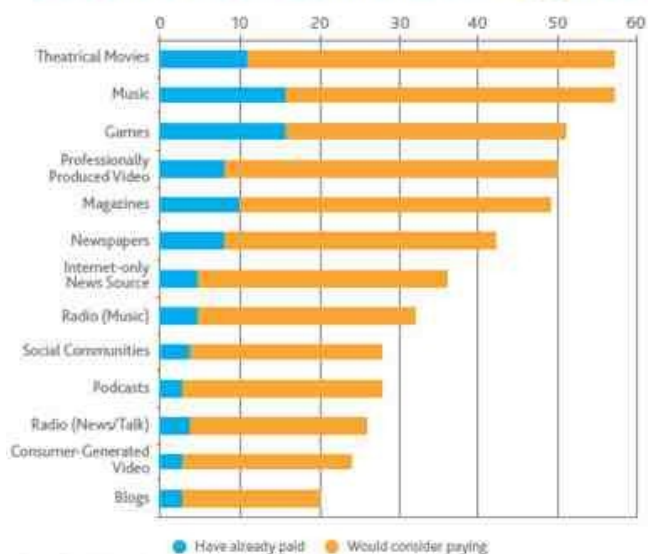
_Pagare per i contenuti online: soprattutto i giovani capiscono che la qualità ha un valore

Sempre la Nielsen, già in febbraio di quest'anno, ha condotto un'inchiesta tra 27.000 consumatori di 52 paesi sul loro parere a proposito del pagamento per i contenuti in Internet. Ne è venuto fuori un grande "forse" e qualche cosuccia interessante. Tra queste, la conclusione sul motivo per il quale i giovani sono più propensi a pagare per i contenuti che non i gruppi di persone più anziane e, cioè, il fatto che guardano ai contenuti come indipendenti dal mezzo di trasmissione e, quindi, per loro il valore del contenuto online non ha meno valore del contenuto in TV. La cosa è un po' stiracchiata e, probabilmente, c'è bisogno di una ricerca più approfondita su questo punto. Ma, se fosse vero, sarebbe una visione ottimistica del futuro dei contenuti a pagamento.

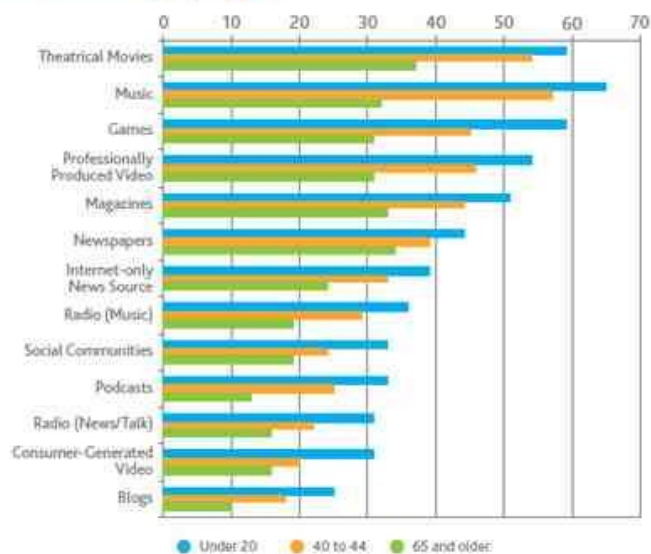
Alcuni risultati:

- E' molto più probabile che i consumatori paghino online per servizi per i quali pagano anche offline.
- E' molto meno probabile che paghino per contenuti generati dagli utenti, comprese le social community, i podcast, i video generati dagli utenti e i blog.
- 3 persone su 4 pensano che se stanno già pagando per una pubblicazione offline, dovrebbero avere l'accesso online gratuito.
- Solo il 43% afferma che un metodo di pagamento più semplice li renderebbe più disposti a comprare contenuti online.
- Più giovani sono gli utenti, più è facile che abbiano già pagato o che siano disposti a pagare per vari generi di contenuto. Questo può sembrare controintuitivo ma il sondaggio asserisce che "riflette il fatto che realizzano di trovarsi ora in un mondo in cui il valore del contenuto è indipendente dal mezzo." Un modo interessante ed ottimista di vedere la cosa!
- Solo circa un terzo (34%) degli intervistati prende in considerazione l'idea di pagare per il contenuto dei quotidiani. Le aree più favorevoli sono America Latina (40%), Asia-Pacifico (36%) e Meap (Medio Oriente, Africa, Pakistan) (35%) – quelle zone del mondo dove la carta stampata è attualmente ancora in crescita.

Percent of consumers who have already paid or would consider paying for:



Source: The Nielsen Company



*N. B.: Wein-Plus, come rivista "special-interest" e guida dei vini, rientra proprio in queste categorie. Wein-Plus offre già oggi, oltre a contenuti gratuiti, strumenti e servizi speciali per i quali si deve pagare. Che a questi, avendo un prezzo, venga riconosciuto un maggior **valore**, si nota dall'aumento costante degli accessi: espressione, quindi, di credibilità e fiducia.*

Scoprite come accrescere il vostro grado di notorietà, come informare una grossa comunità sui vini, produttori, zone vinicole e altri prodotti e servizi connessi al tema del vino ed enoturismo. Contact@wein-plus.it e venite anche ogni tanto a [trovarci in Facebook](#) per discutere con noi e vedete [qui cosa dicono di noi](#).

Il vostro team di Wein-Plus

Il suo/vostro nome utente in Wein-Plus è: **hier benutzername personalisieren in rot fett**
 Clicchi qui se ha dimenticato i suoi/vostri dati d'accesso (saranno inviati via e-mail allo stesso indirizzo a cui sono arrivate queste novità). [\[gesamten satz verlinken mit der passwordmail\]](#)

Wein-Plus – Il portale più letto nel mondo del vino in Europa - Garante di **serietà e professionalità** - Con più di 1.000.000 accessi pagine ogni mese da 205.000 visitatori - www.Wein-Plus.de - www.Wein-Plus.com - Ulteriori informazioni anche qui: www.wein-plus.it --- Contact@wein-plus.it per dirci la vostra opinione o per commenti e richieste sul lavoro di Wein-Plus! --- Le cantine, che desiderano **far parte di Wein-Plus**, trovano tutte le informazioni al seguente link <http://www.wein-plus.it/Invio-di-campioni.540.0.html>. --- La prossima edizione delle novità dal mondo del vino e internet uscirà fra circa un mese. Se ne avete perso una precedente, la trovate [nell'archivio newsletter](#). Per commenti, domande e/o suggerimenti scriveteci! Grazie. [Cosa dicono gli altri di Wein-Plus si legge qui](#).

Con queste novità cerchiamo d'informarla - senza impegno - sul mercato estero del vino, ma anche su cambiamenti interni importanti che possono essere utili per il suo business e l'approccio all'estero e non solo. Trattiamo i temi del settore vitivinicolo, della comunicazione, del web e della società in generale e a volte anche qualche curiosità. Se non dovesse ritenere utili tali informazioni, può cancellare la sua iscrizione cliccando sul seguente link: <http://www.wein-plus.de/anmelden/newsletter.htm> o inviandoci una mail.

Wein-Plus GmbH, Wetterkreuz 19, D-91058 Erlangen, Tel: +49 9131 755013, Register HRB 10563,
 Amtsgericht Fürth, Steuernummer: 21614220519, Geschäftsführer: Utz Graafmann,
 Tel.+Fax Italia: +39 0385 569044, E-Mail: contact@wein-plus.it
 Redazione delle Novità: Katrin Walter