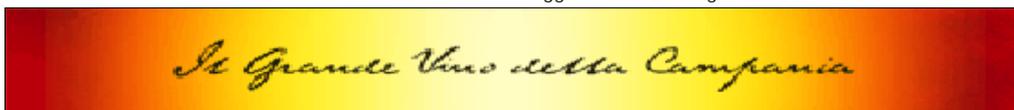


ROMA  
17:10:19

LONDRA  
16:10:19



Aggiornato al 28 Giugno 2012 ore 17:08



**Categoria: News**



**MONTALCINO - 21 DICEMBRE 2005, ORE 12:51**

**IL VINO ITALIANO DEVE CREDERE DI PIU' SULLE POTENZIALITA' DI INTERNET. IL RISCHIO? RIMANERE INDIETRO SUI MERCATI! CLASSIFICA WINENEWS: DUCA DI SALAPARUTA, TASCA D'ALMERITA, SANTA MARGHERITA, PLANETA E DONNAFUGATA AL TOP. IL TRIONFO DELLA SICILIA**

Le aziende del vino italiano che credono ed investono su Internet sono ancora una minoranza: la maggior parte delle cantine "made in Italy" non hanno ancora imparato a sfruttare le potenzialità del web e corrono il rischio di rimanere penalizzate sul mercato internazionale. Sono queste le osservazioni scaturite dall'indagine "Cantine in web" (alla sua quarta edizione), a cura di WineNews, uno dei siti più cliccati dell'enologia italiana.



La classifica "Cantine in web", che seleziona i migliori siti delle aziende del vino, è ormai diventata a tutti gli effetti un monitoraggio, unico nel nostro Paese, del mondo aziendale del vino su Internet. I dati appaiono assai deludenti: in questi anni poche cose sono cambiate, il panorama è sostanzialmente stabile, con un ristretto gruppo di aziende che continuano a credere e ad investire sulla rete, seguite dalla maggior parte della cantine nazionali che invece considerano il sito Internet un semplice "dovere" di presenza, una sorta di catalogo aziendale on line, a volte neanche troppo curato. C'è poi, e questo è il dato più preoccupante, una buona parte di produttori che non si è ancora dotata di un proprio sito, e a malapena utilizza la posta elettronica. Scendendo nel dettaglio dei siti analizzati regione per regione, il livello medio è più alto in quelle del Sud, in primis la Sicilia (che vede ben sei siti tra i primi dodici). Meno bene la Toscana, per non parlare del Piemonte che presenta un'alta percentuale di cantine ancora senza un sito web. Uno stato dell'arte negativo per qualunque settore produttivo, a maggior ragione se si parla di quello enologico, costretto a confrontarsi con la concorrenza internazionale e ad interagire con il mercato mondiale. Ma con quali armi, senza una finestra sul web, seppur semplice ed essenziale? Nel secondo millennio la dimestichezza con le moderne tecnologie è indispensabile per tutte le aziende, e quelle del comparto agricolo non sono esenti da questo diktat. Altrimenti bisognerà fare i conti con chi, soprattutto nei Paesi del Nuovo mondo, combatte la guerra del vino a suon di raffinate strategie di marketing e siti web aggiornatissimi.

Ma perché le cantine italiane devono investire su Internet? Per creare e fidelizzare i propri clienti, per fornire informazioni dettagliate e corrette sui propri vini e sul proprio territorio, per avere una finestra spalancata sul mondo. Non dimentichiamo infatti che se oggi una

qualunque persona in una qualunque parte del pianeta ha bisogno di accedere velocemente ad una qualunque informazione sul vino, nella stragrande maggioranza dei casi si rivolgerà ad Internet. Un buon sito web, l'unico mezzo che consenta una visibilità immediata a livello internazionale, è un investimento alla portata di tutte le cantine, anche le più piccole, a differenza di altri e ben più costosi strumenti promozionali.

Un motivo in più per investire su Internet è rappresentato dalle buone previsioni per il futuro del commercio elettronico: secondo uno studio dell'Osservatorio b2c condotto dalla School of Management del Politecnico di Milano, in collaborazione con Anee e Assinform, ci sono buone prospettive per l'e-commerce italiano nel 2006. Il settore manterrà un tasso di crescita complessivo tra il 40 ed il 50%, privilegiato, tra gli altri, il settore dell'enogastronomia. Dati confermati anche da una ricerca del sito enogastronomico Esperya tra i propri utenti, secondo cui a Natale 2005 ci sarà il 30% in più di acquisti "wine & food" on line sul Natale 2004. Sembrerebbero così in procinto di decollare anche in Italia le vendite di vino via web, dopo alcuni anni in cui non hanno riscosso molto successo. Anche se, stando alla percezione di WineNews, l'acquisto di bottiglie su Internet resterà comunque un fenomeno prettamente di nicchia, riservato agli enonauti più evoluti.

### **Duca di Salaparuta, Tasca d'Almerita, Santa Margherita, Planeta e Donnafugata: ecco i siti top della classifica "Cantine in Web" di WineNews**

Duca di Salaparuta, Tasca d'Almerita, Santa Margherita, Planeta e Donnafugata: queste le eccellenze della classifica "Cantine in Web" di [www.winenews.it](http://www.winenews.it), sito del vino on line, che ogni anno seleziona i migliori indirizzi Internet dell'enologia italiana. La classifica "Cantine in Web" 2005 vede al vertice un gruppo di cinque siti, premiati con cinque "chioccioline": sono quelli di Duca di Salaparuta ([www.duca.it](http://www.duca.it)), Tasca d'Almerita ([www.tascadalmerita.it](http://www.tascadalmerita.it)), Santa Margherita ([www.santamargherita.it](http://www.santamargherita.it)), Planeta ([www.planeta.it](http://www.planeta.it)) e Donnafugata ([www.donnafugata.it](http://www.donnafugata.it)). A seguire altri esempi di come può essere fatto un bel sito web del vino: Caprai ([www.arnaldocaprai.com](http://www.arnaldocaprai.com)), Cantine Florio ([www.cantineflorio.it](http://www.cantineflorio.it)), Carlo Pellegrino ([www.carlopedellegrino.it](http://www.carlopedellegrino.it)), Masi ([www.masi.it](http://www.masi.it)), Di Lenardo ([www.dilenardo.it](http://www.dilenardo.it)), Cantele ([www.cantele.it](http://www.cantele.it)) e Puiatti ([www.puiatti.com](http://www.puiatti.com)). Per stilare la classifica dei dodici migliori siti del vino italiano sono stati analizzati oltre 1.500 siti di tutte le regioni d'Italia. Da questa scrematura iniziale sono stati presi in esame i primi cento classificati, e sottoposti al giudizio dei webmaster, grafici e copywriter della Milc ([www.milc.it](http://www.milc.it)), la web factory di Winenews. I venticinque siti finalisti sono stati valutati da un gruppo di opinion leader e giornalisti delle più importanti testate giornalistiche e televisive italiane, che hanno selezionati i dodici vincitori, assegnando da due a cinque "chioccioline". Gli aspetti fondamentali presi in considerazione per la scelta sono stati l'impatto emozionale, la grafica, la usabilità, la navigabilità, i contenuti e l'aggiornamento.

#### **Duca di Salaparuta @@@@**

Un sito nuovissimo subito balzato in testa alla hit list di "Cantine in web". Graficamente impeccabile, raffinato ed elegante, si presenta molto ben fatto ed organizzato. La navigazione è estremamente facile ed intuitiva, pur essendo ricco di contenuti e di dettagli. E' un sito allo stesso tempo aziendale ma anche estremamente accattivante per tutti gli enoappassionati in genere, che qui trovano ricette, oggetti di design per il vino e la tavola, eventi di arte, musica e fotografia (con mostre visitabili anche via web). Bellissime le fotografie della Sicilia e suggestiva la musica della colonna sonora.

[www.duca.it](http://www.duca.it)

#### **Tasca D'Almerita @@@@**

Sempre bello, sempre d'impatto, sempre aggiornatissimo, il sito di Tasca si mantiene nel gruppo di testa della classifica. Navigazione facile, grafica semplice ma efficace, ricchissimi contenuti, news attuali sull'azienda e sul mondo del vino. Ottima l'idea del press kit e delle foto da scaricare. Da premiare ed imitare la versione in tre lingue, italiano, inglese e tedesco.

[www.tascadalmerita.it](http://www.tascadalmerita.it)

#### **Santa Margherita @@@@**

Il suo pregio maggiore: è ricchissimo di contenuti. Il suo unico difetto: la struttura di base, rimasta da anni la stessa, ha visto un successivo aggiungersi e sovrapporsi di elementi che alla fine risultano troppi e creano un po' di confusione. Nel puzzle colorato di Santa Margherita si trovano centinaia di ricette (da quelle tradizionali a quelle etniche), giochi da fare on line con possibilità di vincere premi, itinerari di turismo, arte e cultura. Non mancano il dizionario del vino ed il corso di cultura enologica in 21 lezioni. [www.santamargherita.it](http://www.santamargherita.it)

#### **Planeta @@@@**

Un sito dalla grafica molto moderna, con ricchi contenuti ben organizzati e facili da individuare. C'è la possibilità di iscriversi al Club per ricevere informazioni personalizzate, consigli preziosi per chi viaggia nel territorio (con una selezione di alberghi, ristoranti, osterie e pasticcerie di qualità), una ricchissima rassegna stampa agevolmente suddivisa tra quotidiani, riviste, web e guide. Molto ricca la sezione dei link utili.

[www.planeta.it](http://www.planeta.it)

#### **Donnafugata @@@@**

Alleghro e ricco di contenuti, è un sito "a ritmo di jazz". La grafica avrebbe forse bisogno di un restyling più moderno, ma nel complesso si presenta aggiornato e ben strutturato. Utile l'area community che offre la possibilità di scaricare documenti, etichette e file audio che guidano gli abbinamenti tra musica e vino. Ricche le sezioni news e press.

[www.donnafugata.it](http://www.donnafugata.it)

#### **Caprai @@@@**

Una delle cantine italiane che per prime hanno investito sulle potenzialità del web, con vini venduti esclusivamente on line e un sito ricchissimo di filmati ed interviste ai più noti personaggi del mondo del vino italiano. Il sito di Caprai necessiterebbe però di una migliore organizzazione di menu e contenuti.

[www.arnaldocaprai.com](http://www.arnaldocaprai.com)

#### **Cantine Florio @@@@**

Un sito che colpisce per i colori intriganti e la grafica suggestiva. I contenuti sono molti e ben organizzati, la navigazione risulta facile e piacevole. Interessante la gallery di pubblicità e litografie d'epoca, ed originale l'idea degli e-gift (cards e wallpapers) da scaricare.

[www.cantineflorio.it](http://www.cantineflorio.it)

#### **Carlo Pellegrino @@@@**

Ben fatto e ben organizzato, pur se totalmente incentrato sull'azienda. Da segnalare la ricca photo gallery e soprattutto la webcam che ogni trenta minuti scatta una foto di uno dei vigneti.

[www.carlopellegrino.it](http://www.carlopellegrino.it)

#### **Masi @@@**

Un bel sito che unisce un'ottima organizzazione dei contenuti, peraltro molto ricchi, ad una grafica assai curata, con suggestive foto d'autore.

[www.masi.it](http://www.masi.it)

#### **Di Lenardo @@@**

Innovazione e originalità per un sito che si distingue nettamente da tutti gli altri. In primo luogo perché interamente in inglese, poi per la sua grafica raffinatissima, tutta giocata sul bianco e nero, e non ultimo per l'interessante diario-blog del titolare della cantina, un filo diretto con tutti i navigatori.

[www.dilenardo.it](http://www.dilenardo.it)

#### **Cantele @@@**

Una new entry che si fa notare per l'originale sistema di navigazione e per le splendide foto. L'impostazione ed i contenuti sono esclusivamente aziendali, ma la grafica e la cura nei dettagli sono ineccepibili.

[www.cantele.it](http://www.cantele.it)

#### **Puiatti @@**

E' da rilevare e premiare uno dei primi tentativi di blog aziendali del vino realizzati in Italia. I post che costituiscono il contenuto del Wineblog sono centrati su eventi e manifestazioni legate al vino, ma non solo. Per il resto la grafica ed i contenuti del sito andrebbero

sicuramente rivisti ed aggiornati.

[www.puiatti.com](http://www.puiatti.com)

**Ecco invece gli altri 12 siti arrivati in finale:**

[www.cusumano.it](http://www.cusumano.it)

[www.marcofelluga.it](http://www.marcofelluga.it)

[www.cavit.it](http://www.cavit.it)

[www.masomartis.it](http://www.masomartis.it)

[www.paladin.it](http://www.paladin.it)

[www.pasqua.it](http://www.pasqua.it)

[www.roccadellemacie.it](http://www.roccadellemacie.it)

[www.podereforte.it](http://www.podereforte.it)

[www.ornellaia.it](http://www.ornellaia.it)

[www.mastroberardino.com](http://www.mastroberardino.com)

[www.villasandi.it](http://www.villasandi.it)

[www.mezzacorona.it](http://www.mezzacorona.it)

**La curiosità - E' la Sicilia a vincere l'Oscar di Internet della classifica "Cantine in Web" di WineNews. Il "Gastronauta" Davide Paolini commenta questo exploit : "Marketing dinamico e aggressivo per colmare il gap temporale che li separa dalle "storiche" regioni del vino"**

"Le cantine siciliane sono arrivate per ultime rispetto a realtà aziendali consolidate delle regioni storiche del vino, come Toscana e Piemonte, ma stanno rapidamente colmando questo gap temporale grazie ad un marketing giovane e aggressivo, che vede Internet tra gli strumenti più utilizzati": così il "gastronauta" Davide Paolini, uno dei più autorevoli giornalisti ed osservatori delle tendenze dell'enogastronomia, spiega perché ci sono ben 6 siti siciliani tra i primi 12 finalisti della classifica "Cantine in Web" stilata da [www.winenews.it](http://www.winenews.it).

Sarebbe proprio la volontà di recuperare rapidamente posizioni sulle griffe secolari a far sì che le giovani cantine siciliane utilizzino strategie di comunicazione a 360 gradi, in cui il sito web non è considerato una brochure virtuale, ma il mezzo più veloce e meno costoso per raggiungere target d'elezione. Colpisce nell'approccio "made in Sicily" al web la visione del vino non tanto come mero prodotto di consumo, quanto come prodotto-fashion, legato all'arte, alla moda e alla cultura, in una contaminazione di stili e generi che costituisce il pane quotidiano delle nuove generazioni e dei nuovi enoappassionati.

**Altre News**

**28 GIUGNO 2012, ORE 17:08**

L'OIV (ORGANIZZAZIONE INTERNAZIONALE DELLA VITE E DEL VINO) INTRODUCE PER LA PRIMA VOLTA NEL CODICE INTERNAZIONALE DELLE PRATICHE ENOLOGICHE LA DEFINIZIONE DI "BEVANDA OTTENUTA DALLA DEALCOLIZZAZIONE DEL VINO" E LE PRATICHE PER IL SUO OTTENIMENTO

.....

**28 GIUGNO 2012, ORE 16:09**

IL GRUPPO PORTOGHESE CORTICEIRA AMORIM, CAPO GRUPPO DELLA HOLDING AMORIM CORK, LEADER DEI TAPPI IN SUGHERO, COMPRA LA SPAGNOLA TREFINOS, STORICA AZIENDA DI TAPPI IN SUGHERO PER SPUMANANTI, PRESENTE ANCHE IN ITALIA. UN'OPERAZIONE DA 15 MILIONI DI EURO

.....