



PPN FOOD - Wine.com: Exploit del Brunello Oltreoceano. Quadruplicate le vendite

Roma - 25 gen 2021 (Prima Pagina News) Qualità e campagne digital fanno volare la storica griffe italiana del vino negli USA e in Canada.

Boom di vendite di Brunello di Montalcino negli Stati Uniti e in Canada. Il merito, oltre all'indiscussa qualità di uno dei vini italiani più rinomati e conosciuti a livello mondiale, é da attribuire alle campagne digital pre-natalizie del Consorzio del vino Brunello di Montalcino rivolte ai principali mercati target oltreoceano. Risultato: circa diciottomila bottiglie di Brunello (+300% sul 2019) vendute negli Usa tra settembre e novembre 2020 sulla sola piattaforma Wine.com e una crescita del 60,5% in valore nelle vendite dell'Lcbo – il monopolio canadese dell'Ontario – tra ottobre e inizio gennaio rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. “Stati Uniti e Canada sono piazze strategiche – ha sottolineato Fabrizio Bindocci, presidente del Consorzio -. Di fronte al nuovo lockdown, in un periodo dell'anno per noi fondamentale sul fronte delle vendite, abbiamo deciso di spingere sulla promozione per sostenere l'annata 2015 ancora in commercio”. Pagine personalizzate, presenza sui social, e-mail targettizzate su clienti fine wine, promozioni, banner pubblicitari sono le principali azioni di marketing mix svolte su wine.com - uno dei più importanti e-commerce a stelle e strisce con distribuzione in tutti gli Stati Uniti - che hanno portato all'exploit di vendite a valore (958mila dollari, per un prezzo medio di 54 dollari a bottiglia) grazie anche alla crescita dei millennial che oggi rappresentano il 23% degli acquisti contro il 14% di 2 anni fa. Strategia multicanale anche in Ontario grazie all'attivazione, tra novembre e inizio gennaio, di sponsorizzazioni mirate sui social dell'Lcbo, ma anche all'organizzazione di una rassegna di degustazioni e webinar digitali che hanno coinvolto più di 30 esperti, tra rappresentanti del monopolio, ristoratori, sommelier, influencer e giornalisti, insieme alla partecipazione di 26 aziende montalcinesi. La campagna ha generato oltre 18mila click dai canali social verso il sito del monopolio e vendite di Brunello per un valore complessivo di più di 3,4 milioni di dollari canadesi. Il Brunello di Montalcino esporta nel mondo in media il 70% del proprio prodotto: i top buyer sono Stati Uniti ed Europa, seguiti da Canada e Giappone.

(Prima Pagina News) Lunedì 25 Gennaio 2021