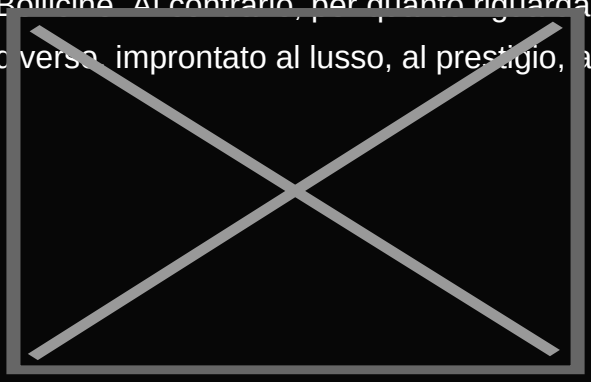
Il senso del web per le bollicine

img1630-f4d004ab

Dinamica, fresca, leggera, moderna, non impegnativa: questa l’identità che caratterizza Spumante e Bollicine. Al contrario, per quanto riguarda lo Champagne, la nostra ricerca tratteggia un identikit diverso, improntato al lusso, al prestigio, all’esclusività e alla prelibatezza. Vediamo nel dettaglio. La



prima macro aggregazione che ci ha colpiti è la differenza

di ambienti web: è nei Social, infatti, che abbiamo intercettato per lo più i pareri relativi a Spumanti / Bollicine nazionali, mentre i mood inerenti lo Champagne sono lasciati prevalentemente nei Forum e Blog. E ancora: gli influencer parlano decisamente di più di Champagne rispetto a quanto facciano di Spumanti e Bollicine che si rivelano territorio privilegiato, invece, dei naviganti comuni.

AMBIENTE WEB

Social Forum e Blog Spumanti e Bollicine 74% 26% 100% Champagne 28% 72% 100%

INFLUENCER / NAVIGANTI COMUNI

Influencer Naviganti comuni Spumanti e Bollicine 11% 89% 100% Champagne 48% 52% 100

Diamo ora un’occhiata alla ripartizione di pareri lasciati in rete.

DISTRIBUZIONE DEI PARERI

Spumanti e Bollicine 78% Champagne 22%

I BRAND PIÙ MENZIONATI

Questa la classifica per numero di citazioni lasciate liberamente nel web da privati:

SPUMANTI E BOLLICINE (pareri multipli)

Valdobbiadene 29% Cartizze 27% Franciacorta 25% Trento 25% Ferrari 21% Berlucchi 21% Oltrepò 19% Conegliano 19% Talento 13% Glera 12% Asolo 10% Gancia 8% Asti 6%
L'alto di gamma commerciale si attesta al 21%; si confermano come emergenti Talento, Glena e Asolo, si stanno diffondendo prodotti di regioni del Centro e del Sud e Isole dove le bollicine non sono una tradizione, a discapito di marchi storici quali Gancia – che nel 1865 produsse il primo "Champagne italiano", come venne definito – e Asti.

L'analoga classifica per gli Champagne è la seguente:

CHAMPAGNE (pareri multipli)

Moet et Chandon (non Dom P.) 77% Dom Perignon 74% Mumm (Cordon Rouge) 71% Veuve Clicquot Ponsardin (non Grand Dame) 68% Cristal 64% Pommery 62% Heidsieck (Piper) 55% Krug 47% Grand Damme 45% Pol Roger 17% Ruinnart 17% Lanson 15% Perrier Jouet 12% Canard-Duchêne 11%
REASON WHY DI ACQUISTO

SPUMANTE E BOLLICINE (pareri multipli)

Prezzo 45% Prodotto nazionale 34% Qualità 32%
CHAMPAGNE (pareri multipli)

Qualità 70% Immagine 53%
MOMENTI DI CONSUMO

È evidente come lo Spumante e le Bollicine non siano più relegati al momento dell'aperitivo, ma ormai presidino anche il pasto; allo Champagne vengono riservati i festeggiamenti.

SPUMANTE E BOLLICINE (pareri multipli)

Pasto 64% Dessert 32% Aperitivo 27% Festeggiamento 23%
CHAMPAGNE (pareri multipli)

Festeggiamento 77% Dessert 61% Aperitivo 21% Pasto 9%
TIPOLOGIE DI PRODOTTI PREFERITI

Se su Spumante e Bollicine non si segnalano grandi differenze, per quanto riguarda lo Champagne le preferenze sono molto articolate e segmentate; due le macro aggregazioni menzionate. Non sono rare, inoltre, menzioni relative all'assemblaggio di uve chardonnay, pinot noir, pinot meunier, pinot blanc, pinot gris, nonché opinioni su dégorgément, dosage, grand cru, premier cru, millesimato, NM, RM, CM, RC, ND, MA; vengono citati persino alcuni formati di bottiglie non propriamente diffuse quali : mathusalem, salmanazar, balthazar, nabuchodonosor, salomon.

SPUMANTE E BOLLICINE (pareri multipli)

Dry o Sec 36% Extra Dry / Sec 35% Demì Sec 33% Dolce 32% Brut 31% Extra Brut 28%
CHAMPAGNE (pareri multipli)

Metodo classico (champenoise) 78% Blanc de Blancs 56%
SOCIO DEMO

In ottica socio demo, si nota una maggior propensione maschile verso lo champagne (68% gli uomini, 32% le donne).

SESSO Spumante e Bollicine Champagne Uomini 61% 68% Donne 39% 32% 100% 100% FASCIA DI ETÀ Spumante e Bollicine Champagne 18-37 anni 38% 22% 38-49 anni 35% 46% dai 50 in su 27% 32% 100% 100%
Interessante notare anche come con il progredire dell'età i vini francesi vengano maggiormente apprezzati: si sale infatti da un gradimento del 22% tra i 18 e i 37 anni al 46% tra i 38 e i 39 anni.

Metodologia della ricerca

Ai fini della nostra ricerca sono stati indagati 4.715.417 pareri rinvenuti in Blog, Forum e Social, nel periodo compreso tra il 1° Settembre 201 ed il 31 agosto 2017. Precisiamo di avere incluso nella categorie Spumanti e Bollicine i Prosecchi; segnaliamo inoltre che le citazioni per prodotti che non siano ne' italiani ne' francesi sono globalmente non rappresentative (prodotti provenienti da Spagna, Sudafrica, Australia, Argentina, Cile, Portogallo, Germania, Magreb, altre nazioni).

WWW.WEB-RESEARCH.IT Srl è un istituto di ricerche di mercato e consulenze di marketing che offre servizi rivolti ad aziende e multinazionali presenti nel mercato domestico. Ha portato tra i primi in Italia una nuova metodologia di ricerche ed analisi di mercato: Web listening – Web research – Web monitoring. Utilizzando software di intelligenza artificiale che emulano il funzionamento delle reti neurali effettua un'analisi semantica e psicometrica dei testi presenti nel Web attribuendo loro personalità e punteggi. www.web-research.it ascolta il Web per scoprire, analizzare, razionalizzare

cosa i clienti reali e potenziali pensano e dicono oggi e indietro nel tempo fino agli ultimi tre anni. È il partner ideale di aziende, marchi, prodotti, servizi e personaggi pubblici con esposizione mediatica significativa.

www.web-research.it
Tel. 02.89367297
Fax 02.89367298
P.zza Castello 26 – 20121 Milano
info@web-research.it – gianmarco.stefanini@web-research.it

Champagne e spumanti: è qui la festa?

Bollicine: cosa bevono i Millennial?