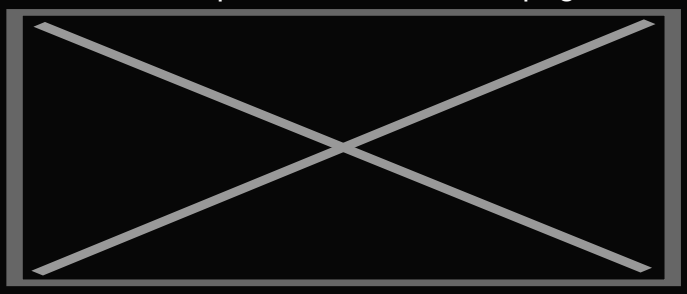
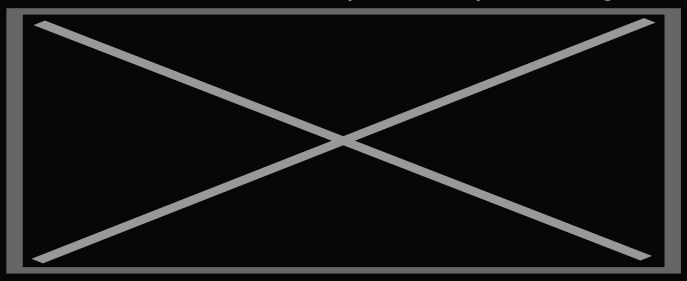
Bollicine e Fuori Casa: i dati dagli utenti web

passione-frizzante-04-bb52337c

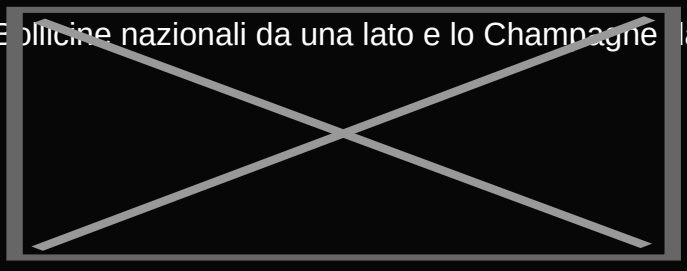
A ciascuno la sua immagine: spumante e prosecco, infatti, sono percepiti in maniera ben diversa rispetto allo champagne. Mentre i primi due sono caratterizzati da un’identità dinamica, fresca, leggera, moderna, non impegnativa, lo Champagne, al contrario, presidia lusso, prestigio ed esclusività. Prima di entrare nel vivo dell’argomento è giusto precisare che i pareri relativi a Spumanti / Prosecchi nazionali, sono presenti maggiormente nei Social, mentre quelli inerenti lo Champagne nei Forum e Blog (ovvero in ambienti web dedicati).A ciascuno la sua immagine: spumante e prosecco, infatti, sono percepiti in maniera ben diversa rispetto allo champagne. Mentre i primi due sono caratterizzati da un’identità dinamica, fresca, leggera, moderna, non impegnativa, lo Champagne, al contrario, presidia lusso, prestigio ed esclusività. Prima di entrare nel vivo dell’argomento è giusto precisare che i pareri relativi a Spumanti / Prosecchi nazionali, sono presenti maggiormente nei Social, mentre quelli inerenti lo Champagne nei Forum e Blog (ovvero in ambienti web dedicati).



Anche per quanto riguarda gli Influencer che scrivono di Spumanti e Prosecchi domestici rispetto agli Influencer che lasciano opinioni e pareri sugli Champagne c’è una polarizzazione.



Vediamo ora la ripartizione di pareri lasciati in rete negli ultimi 12 mesi riguardanti lo Spumante e le Bollicine nazionali da una lato e lo Champagne dall’altro.



Si scrive in rete molto più di Spumanti e Prosecchi

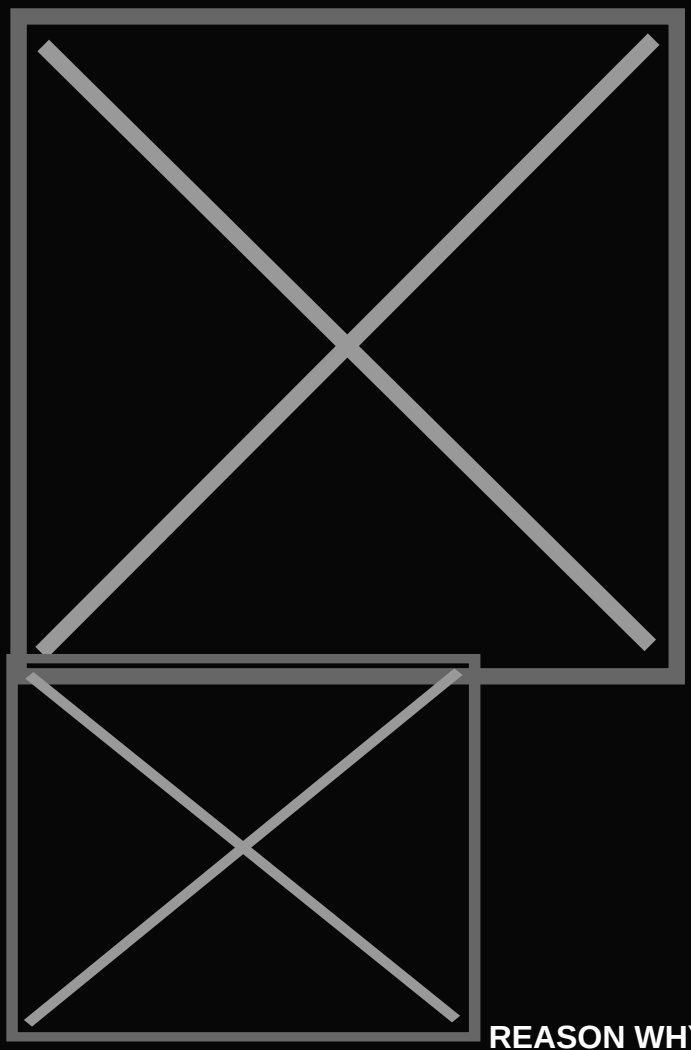
nazionali che non di Champagne ma i pareri riguardanti il prodotto transalpino sono più approfonditi.

SPUMANTI E PROSECCHI: CLASSIFICA PER CITAZIONI

Questa la classifica per numero di citazioni lasciate liberamente nel web da privati negli ultimi 12 mesi, confrontata con i 12 mesi precedenti riguardo a Spumanti / Prosecchi, limitatamente al loro consumo nell'Ho.Re.Ca.:



L’alto di gamma commerciale si attesta al 17,5%; si confermano come emergenti Talento e Glera, si stanno diffondendo prodotti di regioni del Centro e del Sud e Isole dove non sono una tradizione, a discapito di marchi storici quali Gancia e Asti. Rispetto al periodo precedentemente indagato crescono, anche se di poco, i pareri riguardanti Valdobbiadene, Cartizze e Trento, tengono Talento e Glera, calano anche si di poco, tutti gli altri.
Passiamo all’analoga classifica per i prodotti d’oltralpe:

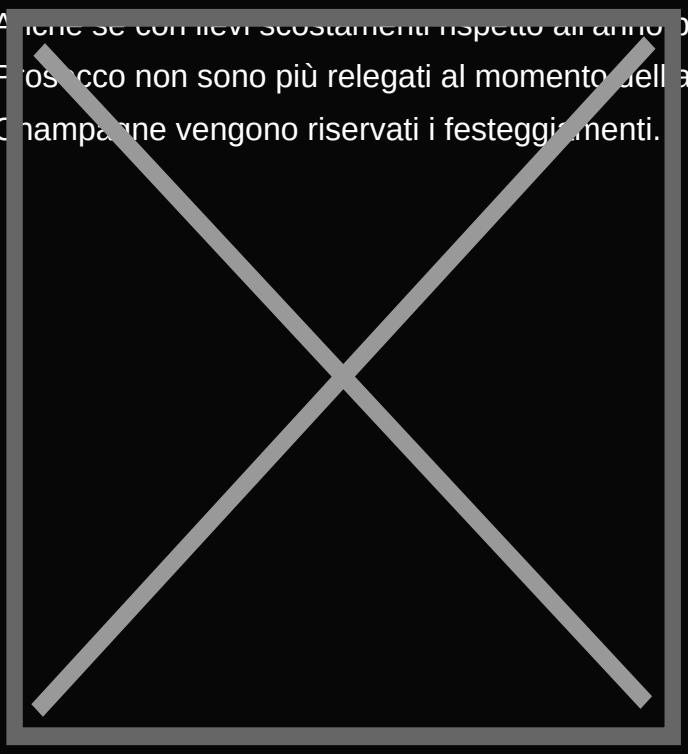


REASON WHY DI ACQUISTO

Con “prodotto nazionale” abbiamo indicato tutti quei pareri che motivano la scelta col volere premiare prodotti e produttori nazionali. Con “immagine” abbiamo indicato le opinioni che motivano la scelta sulla base di esclusività, rappresentanza, prestigio. Rispetto al precedente rilevamento non si notano differenze sostanziali.

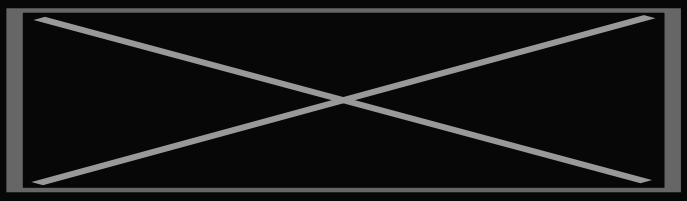
MOMENTI DI CONSUMO

Anche se con lievi scostamenti rispetto all'anno precedente si conferma il fatto che Spumante e Prosecco non sono più relegati al momento dell'aperitivo e presidiano il pasto, mentre allo Champagne vengono riservati i festeggiamenti.



TIPOLOGIE DI PRODOTTI PREFERITI





PROFILO SOCIO DEMO

Questo il profilo socio demo dei naviganti della rete domestica che hanno digitano spontaneamente pareri e opinioni su Spumanti, Prosecchi e Champagne consumati nel canale Ho.Re.Ca. negli ultimi 12 mesi, il raffronto con i 12 mesi precedenti è privo di significato essendo le variazioni non significative.



Metodologia della ricerca



Sono 4.335.112 (-8% rispetto al medesimo periodo dell’anno precedente) i pareri indagati e rinvenuti in Blog, Forum e Social, nel periodo compreso tra il 1° settembre 2017 ed il 31 agosto 2018, riguardanti Spumanti, Bollicine e Champagne consumati nel canale Ho.Re.Ca. Abbiamo confrontato i dati emersi dal presente rilevamento (ultimi 12 mesi, compresi tra il 1° settembre 2017 ed il 31 agosto 2018) con i dati del precedente rilevamento (i 12 mesi compresi 1° settembre 2017 ed il 31 agosto 2018).



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.

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