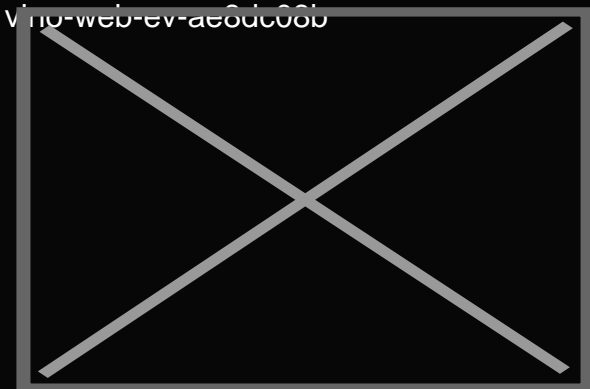


Aziende vinicole: come e quanto sono presenti online?



FleishmanHillard - società di consulenza strategica con oltre 80

uffici nel mondo e parte del Gruppo Omnicom - ha analizzato fino a novembre 2013 la presenza e le attività online delle prime 25 aziende vinicole italiane per fatturato secondo l'ultima indagine annuale condotta da Mediobanca. Che cosa ne è emerso? La ricerca ha complessivamente rilevato come ad oggi prevalga la quantità sulla qualità nell'utilizzo di social network e siti aziendali. E ancora - sottolinea - le maggiori opportunità future legate all'utilizzo della rete siano legate all'ottimizzazione dei contenuti per mercati chiave, allo sviluppo dello storytelling e all'e-commerce.

L'analisi, svolta sia su parametri qualitativi che quantitativi delle principali società del settore del vino Made in Italy - comparto che vale quasi 9 miliardi di euro di fatturato annuo -, ha messo in luce il primato online della Compagnia De' Frescobaldi, seguita da Masi Agricola, Mezzacorona, Gruppo Santa Margherita e P. Antinori. Ed ha anche fotografato modalità di utilizzo, criticità e potenzialità dei singoli strumenti digitali da parte delle aziende del settore.

Siti aziendali

Quasi tutte le aziende hanno compreso l'importanza della fruizione del sito da dispositivi mobili, non dimenticando che, secondo i più recenti dati rilasciati da Iab Italia, oggi il 41% della popolazione attiva su internet accede non solo da pc, ma anche da terminali diversi, smartphone e tablet. L'ottimizzazione dei siti

