Easy e cheap: sul web le bollicine made in Italy battono lo champagne

perlage-vogliadibollicine-b67ecb4f

Spumante, Prosecco e Champagne: cosa si dice in proposito su web? Dalla nostra indagine emerge che si digita maggiormente di Spumante e Prosecco nazionali che di Champagne acquistati nell'Ho.Re.Ca.. Fatte 100 le citazioni intercettate negli ultimi 12 mesi, i pareri riguardanti le bollicine italiane sono, infatti, il 68% contro il 32% riguardanti i prodotti stranieri (da segnalare che di questo 32% il 30% riguarda lo Champagne ed il 2% altri prodotti, soprattutto Cava). Per scelta metodologica abbiamo escluso dall'analisi della rete siti proprietari, info e news sia della stampa di settore che generiche, limitandoci ad analizzare il parere di consumatori privati che lasciano spontaneamente e liberamente i propri giudizi in Social, Blog e Forum. La prima evidenza è che i pareri riguardanti Spumante e Prosecco sono decisamente più numerosi nei Social (76%) che in Blog e Forum (24%); ciò è indicativo di un argomenti maggiormente generalisti e di pareri meno approfonditi. Per lo Champagne avviene l'opposto: il dibattito si svolge nel 71% dei casi in Blog e Forum dedicati e solo per il restante 29% nei Social. La percentuale di giudizi lasciati da Influencer riguardo Spumante e Prosecco è il 24% (il rimanente 76% è ascrivibile ai Naviganti); anche in questo caso le proporzioni si invertono quando analizziamo la provenienza dei pareri relativi allo Champagne: 63% sono scritti da Influencer (per intenderci, gli opionon leader), 37% da Naviganti. È inoltre particolarmente elevata la percentuale di Influencer che digitano in rete riguardo lo Champagne consumato nell'Ho.Re.Ca. se si considera che la media nazionale di opinioni lasciate nel web in Social, Blog e Forum su prodotti e servizi, da liberi consumatori, è circa del 20%. Da quanto sopra si evince chiaramente che chi scrive in rete riguardo lo Champagne lo fa con maggiore competenza rispetto a chi digita nel web domestico relativamente alle bollicine nazionali. Ciò è confermato anche dal fatto che termini tipici dell'analisi organolettica, dell'assemblaggio delle uve sono quasi assenti (3%) nei pareri riguardanti le bollicine domestiche, mentre per quanto riguarda lo Champagne ricorrono nel 46% dei pareri lasciati in rete.

spumanti web**Analizziamo ora le reason why di acquisto** La prima motivazione di scelta, per numero di citazioni (multiple), di Spumante e Prosecco è il prezzo (41%), seguita dalla volontà di

premiare produttori e prodotti nazionali (30%), solo terze (28%) una serie di argomentazioni ascrivibili alla sfera della qualità. Per quanto concerne lo Champagne, la prima reason why di acquisto è rappresentata dalla qualità (72%, ovviamente questo cluster comprende innumerevoli item), seguita da immagine / esclusività / prestigio / rappresentanza (55%), anche in questo caso sono molteplici gli item che concorrono alla definizione del cluster). Ricordiamo che i pareri sono multipli. Analizziamo i moment i di consumo, sempre relativamente al solo canale Ho.Re.Ca. Lo Spumante ed il Prosecco sono stati decisamente sdoganati dal solo ambito dell'aperitivo (26% delle menzioni, multiple); nel 63% dei casi le bollicine nazionali sono consumate al pasto, nel 30% al momento del dessert; la grande occasione, il festeggiamento rappresenta il 24% dei momenti di consumo citati. Allo Champagne, al contrario, vengono riservati i festeggiamenti e la celebrazione di grandi eventi nel 78% dei casi, l'accompagnamento al dessert nel 64% delle citazioni, è consumato come aperitivo il 27% delle volte ed è bevuto durante il pasto nel 12% dei casi (sempre pareri multipli). Se si contano le citazioni di chi scrive in rete di avere comperato Spumante e Prosecco nell'Ho. Re.Ca. e quelle di chi afferma di avere consumato Champagne (sempre limitatamente all'Ho.Re.Ca.), il rapporto è 20 a 1 a favore dell'acquisto di bollicine nazionali.

Le preferenze tra Spumante e Prosecco: Dry o Sec (35%), Extra Dry / Sec (33%), Demì Sec (32%), Dolce (30%), Brut (31%), Extra Brut (28%). Non si segnalano quindi grandi differenze.

Le preferenze in ambito Champagne sono estremamente più segmentate ed articolate anche se vi sono sue macro aggregazioni a favore del metodo classico (champenoise) e dei blanc de blancs. Questa la classifica dei brand di bollicine nazionali maggiormente citati in rete (pareri multipli), quando i naviganti privati scrivono di consumo nel canale Ho.Re. Ca. : Valdobbiadene (30%), Cartizze (27%), Trento (26%), Franciacorta (25%), Ferrari (21%), Berlucchi (20%), Oltrepò (19%), Conegliano (18%), Talento(14%), Glera (12%), Asolo (10%), Gancia (5%), Asti (4%). L'alto di gamma si posiziona nella media, compaiono dei marchi emergenti e si palesa il declino di due marchi storici. Precisiamo che quando i netsurfer domestici menzionano questi brand li associano nella quasi totalità al consumo / acquisto (nella presente ricerca limitatamente al canale Ho.Re.Ca.). È inoltre particolarmente elevata la percentuale di Influencer che digitano in rete riguardo lo Champagne consumato nell'Ho.Re.Ca. se si considera che la media nazionale di opinioni lasciate nel web in Social, Blog e Forum su prodotti e servizi, da liberi consumatori, è circa del 20%. Da quanto sopra si evince chiaramente che chi scrive in rete riguardo lo Champagne lo fa con maggiore competenza rispetto a chi digita nel web domestico relativamente alle bollicine nazionali. Ciò è confermato anche dal fatto che termini tipici dell'analisi organolettica, dell'assemblaggio delle uve sono quasi assenti (3%) nei pareri riguardanti le bollicine domestiche, mentre per quanto riguarda lo Champagne ricorrono nel 46% dei pareri lasciati in rete.

Analizziamo ora le reason why di acquisto La prima motivazione di scelta, per numero di citazioni (multiple), di Spumante e Prosecco è il prezzo (41%), seguita dalla volontà di premiare produttori e prodotti nazionali (30%), solo terze (28%) una serie di argomentazioni ascrivibili alla sfera della qualità. Per quanto concerne lo Champagne, la prima reason why di acquisto è rappresentata dalla qualità (72%, ovviamente questo cluster comprende innumerevoli item), seguita da immagine / esclusività / prestigio / rappresentanza (55%), anche in questo caso sono molteplici gli item che concorrono alla definizione del cluster). Ricordiamo che i pareri sono multipli. Anal izziamo i moment i di consumo, sempre relativamente al solo canale Ho.Re.Ca. Lo Spumante ed il Prosecco sono stati decisamente sdoganati dal solo ambito dell'aperitivo (26% delle menzioni, multiple); nel 63% dei casi le bollicine nazionali sono consumate al pasto, nel 30% al momento del dessert; la grande occasione, il festeggiamento rappresenta il 24% dei momenti di consumo citati. Allo Champagne, al contrario, vengono riservati i festeggiamenti e la celebrazione di grandi eventi nel 78% dei casi, l'accompagnamento al dessert nel 64% delle citazioni, è consumato come aperitivo il 27% delle volte ed è bevuto durante il pasto nel 12% dei casi (sempre pareri multipli). Se si contano le citazioni di chi scrive in rete di avere comperato Spumante e Prosecco nell'Ho. Re.Ca. e quelle di chi afferma di avere consumato Champagne (sempre limitatamente all'Ho.Re.Ca.), il rapporto è 20 a 1 a favore dell'acquisto di bollicine nazionali.

Le preferenze tra Spumante e Prosecco: Dry o Sec (35%), Extra Dry / Sec (33%), Demì Sec (32%), Dolce (30%), Brut (31%), Extra Brut (28%). Non si segnalano quindi grandi differenze.

Le preferenze in ambito Champagne sono estremamente più segmentate ed articolate anche se vi sono sue macro aggregazioni a favore del metodo classico (champenoise) e dei blanc de blancs. Questa la classifica dei brand di bollicine nazionali maggiormente citati in rete (pareri multipli), quando i naviganti privati scrivono di consumo nel canale Ho.Re. Ca. : Valdobbiadene (30%), Cartizze (27%), Trento (26%), Franciacorta (25%), Ferrari (21%), Berlucchi (20%), Oltrepò (19%), Conegliano (18%), Talento(14%), Glera (12%), Asolo (10%), Gancia (5%), Asti (4%). L'alto di gamma si posiziona nella media, compaiono dei marchi emergenti e si palesa il declino di due marchi storici. Precisiamo che quando i netsurfer domestici menzionano questi brand li associano nella quasi totalità al consumo / acquisto (nella presente ricerca limitatamente al canale Ho.Re.Ca.).

Gli Champagne maggiormente menzionati Al contrario di quanto avviene per Spumante e Prosecco, alla citazione di un'etichetta non corrisponde necessariamente un momento di consumo / acquisto nel canale Ho.Re.Ca., anche se menzionata in tale contesto. Ricordiamo che le citazioni sono multiple: Moet et Chandon (non Dom P.) 79%, Dom Perignon 76 %, Mumm (Cordon Rouge) 73%, Veuve Clicquot Ponsardin (non Grand Dame) 68%, Cristal 63%, Pommery 61%, Heidsieck

(Piper) 52%, Krug 51%, Grand Damme 42%, Pol Roger 19%, Ruinnart 17%, Lanson 15%, Perrier Jouet 13%, Canard-Duchêne 11%. Segnaliamo la presenza, anche se agli ultimi posti, di brand decisamente poco commerciali e di non facile reperibilità nel canale Ho.Re.Ca.

Riepilogando Nel web domestico i privati che scrivono liberamente di Spumante e Prosecco consumato nell'Ho.Re.Ca. sono il 68%, quelli che scrivono riguardo altri prodotti il 32%, relativamente al solo Champagne il 30%. Le ordinazioni di bollicine nazionali, rispetto a quelle di Champagne, effettuate dai netsurfer domestici nel canale Ho.Re.Ca., sono 20 volte superiori. Le reason why di acquisto nel canale Ho.Re.Ca. di Spumante e Prosecco sono: prezzo (41%), prodotti nazionali (30%), qualità (28%). Quelle inerenti allo Champagne sono: qualità (72%), prestigio (55%). I momenti di consumo nell'Ho.Re.Ca. delle bollicine nazionali sono: pasto (63%), dessert (30%), aperitivo (26%); ricorrenza (24% dei casi). Quelli riferiti allo Champagne sono: dessert (64%), aperitivo (27%), pasto (12%); celebrazioni (78%). Chi digita in rete pareri ed opinioni sullo Champagne consumato nel canale Ho.Re.Ca. manifesta competenza e conoscenza enormemente superiori rispetto a chi scrive nel web domestico su Spumante e Prosecco (sempre consumati presso l'Ho.Re.Ca.).

Concludendo Stando al popolo della rete, nel canale Ho.Re.Ca. Champagne e bollicine nazionali hanno due immagini quasi totalmente distinte, con pochissime aree di sovrapposizione. Il successo dello Spumante e del Prosecco, protagonisti negli ultimi quattro / cinque anni di una crescita senza precedenti (che li ha portati, non solo in Italia ma anche nel mondo, a superare sia per numero di bottiglie che per fatturato lo Champagne) trova conferma nelle abitudini di consumo, nel canale Ho.Re.Ca., dei naviganti italiani. Le bollicine domestiche hanno un'identità dinamica, fresca, leggera, moderna, non impegnativa, easy and cheap. Lo Champagne presidia pesantemente il lusso, il prestigio, l'esclusività ma anche la qualità, la prelibatezza. Sicuramente Spumante e Prosecco sono stati aiutati dalla crisi economica mondiale, ma la strada scelta è premiante ed il fatto che lo Champagne sia un metro di paragone per qualità e lusso, non significa che alle bollicine italiane non siano riconosciute anche prelibatezza e la propria immagine.

www.web-research.it è un pool di ricercatori, consulenti, psicologi e analisti presenti nel settore delle ricerche di mercato da oltre 25-30 anni. Pionieri delle prime Cati in Italia, poi delle Capi e Cawi, con estrazione quantitativa fin dai tempi delle sole face to face, si stanno ora dedicando con successo da circa tre anni alle ricerche semantiche, all'analisi sociosemiotica ovvero alle web listening (o web monitoring), www.web-research.it - Tel. 02.89367297 - P.zza Castello 26 - 20121 Milano