



CONSORZIO TUTELA DEL GAVI

Il ruolo dei Consorzi nella costruzione dei brand del vino

## IL CONSORZIO DEL VINO BRUNELLO DI MONTALCINO SI AGGIUDICA IL PREMIO GAVI LA BUONA ITALIA 2022

### MENZIONI SPECIALI AI CONSORZI GARDA, SOAVE E BOLGHERI

*Muoversi puntando al 'branding' e generare un'identità che esprima i diversi aspetti del genius loci in una comunicazione digitale integrata: è la chiave per rendere il vino italiano riconoscibile e attrattivo all'estero.*

*È quanto emerge dall'inedita ricerca "Comunicare il vino italiano all'estero via web. Il ruolo dei Consorzi di Tutela", commissionata dal Consorzio Tutela del Gavi ad Astarea che ha classificato i Consorzi del vino in quattro cluster comportamentali: "promoter, sistemici, funzionali, valorizzatori".*

Milano, 21 marzo 2022 - **È il Consorzio del Vino Brunello di Montalcino il vincitore del Premio GAVI LA BUONA ITALIA 2022**, organizzato dal **Consorzio Tutela del Gavi** e quest'anno titolato "ITALIAN WINE WORLDWIDE - La comunicazione web internazionale dei Consorzi di Tutela del Vino italiani". Con un sito web tradotto in ben 4 lingue, il **Consorzio del Vino Brunello di Montalcino** si propone come un vero e proprio *Brand* comunicando efficacemente la sua identità 'global', profondamente radicata nella propria storia e allo stesso tempo capace di integrare eventi e notizie di respiro internazionale. In primo piano la narrazione, per parole ma soprattutto per immagini, di "Benvenuto Brunello", l'evento di punta del Consorzio, uno dei principali appuntamenti internazionali del settore enoico che attrae in Italia giornalisti, opinion leader ed operatori stranieri e che si svolge anche a New York.

Premiati, a pari merito, con la **Menzione Speciale del Premio GAVI LA BUONA ITALIA 2022** i **Consorzi del Garda, del Soave e del Bolgheri** per la capacità di comunicare efficacemente i propri punti di forza, utilizzando in maniera strategica l'impatto emozionale creato da un mix di immagini e storytelling, e rivolgendosi direttamente ad un pubblico internazionale.

Il sito del **Consorzio Garda DOC** si apre infatti direttamente nella versione in inglese e il vino, libero da precise coordinate contestuali, si trasforma in uno stile di vita attraverso l'efficace uso del linguaggio universale delle immagini cariche di valore simbolico che invitano a vivere l'esperienza del Territorio.

"Life is Soave" è il tema della home page del **Consorzio Tutela Vini Soave e Recioto di Soave**: un gioco di parole che funziona sia in italiano sia in inglese, rimandando immediatamente ad una dimensione di internazionalità. Quello del Soave è uno dei rari Consorzi orientati all'internazionalità che presenta coerenza linguistica tra i diversi ambienti di comunicazione digitale, con la pagina ufficiale Instagram interamente gestita in inglese e tutte le news del sito in doppia lingua.

**Comunicazione e Ufficio Stampa - The Round Table per il Consorzio Tutela del Gavi**

Francesco Moneta +39.335.6762085 – francesco.moneta@theroundtable.it

Chiara Fossati +39 3477362313 – chiara.fossati@theroundtable.it

Federico Manzoni +39 334.1992054 – federico.manzoni@theroundtable.it





CONSORZIO TUTELA DEL GAVI

Anche il **Consorzio per la Tutela dei Vini con denominazione di origine Bolgheri** si posiziona come brand riconosciuto e riconoscibile. Il suo evento di punta "Bolgheri Divini" e la mitica e suggestiva "Cena sul viale" da 1000 selezionati ospiti sono esaustivamente raccontati nel sito, completamente bilingue, sia attraverso parole che immagini evocative. Ampio spazio dedicato all'enoturismo con itinerari e "personalized, exclusive wine tours", organizzati attraverso un operatore specializzato, indice di serietà, affidabilità, organizzazione, le virtù ricercate dai viaggiatori dell'enoturismo, in particolare se internazionali.

## LUCI ED OMBRE

Se i Consorzi in short list e in particolare i vincitori del Premio GAVI LA BUONA ITALIA 2022 rappresentano esempi virtuosi di comunicazione digitale strategica verso l'estero, la fotografia d'insieme dei Consorzi aderenti al MIPAAF che emerge dalla mappatura realizzata da The Round Table per il Laboratorio Gavi indica che la strada da fare è ancora lunga.

### **Sui 123 Consorzi analizzati, quasi il 30% ha il sito internet istituzionale solo in lingua italiana.**

Nella stessa Short list, tutti i siti internet dei finalisti hanno almeno la lingua inglese ma solo la metà si spinge verso almeno una terza lingua, in 7 casi su 16 rappresentata dal tedesco. Se il mercato italiano del vino parla sempre più di internazionalità - 7 miliardi di euro il fatturato di export stimato nel 2021 - sono ancora molti i siti web dei Consorzi - vero e proprio biglietto da visita non solo del prodotto vino ma di tutto il territorio - che si limitano a comunicare, anche a livello istituzionale, solo con interlocutori italiani.

Lo dimostra il fatto che anche **i social media sono spesso utilizzati per comunicare unicamente con il pubblico italiano**; raramente su uno stesso account è presente un multilinguismo o è realizzato un account parallelo dedicato ad altre lingue. **Il social media più utilizzato è Instagram** dove a regnare sovrana è l'immagine, elemento sovralinguistico ed emozionale, che permette sì di raggiungere in maniera immediata una platea anche internazionale, ma ha il rischio di una semplificazione che può limitare la ricchezza e la diversificazione del panorama vitivinicolo e territoriale italiano. Inoltre, se Facebook continua nella maggior parte dei casi a essere attivo e aggiornato, ma soprattutto in italiano, Twitter vive invece una situazione spesso di abbandono, con post datati ancora a diversi anni fa.

Da rilevare, invece, l'incremento nell'utilizzo nei siti dei Consorzi di elementi visual - come **mappe e infografiche** - per raccontare la propria identità. Sono elementi sempre più importanti grazie alla loro fruizione immediata e all'adozione dei nuovi stili di comunicazione sempre più improntati sull'uso delle immagini.

L'assegnazione del Premio GAVI LA BUONA ITALIA 2022 e la presentazione della ricerca condotta da Astartea, sono stati l'occasione per avviare un dibattito sullo stato dell'arte della comunicazione dei Consorzi di Tutela del Vino italiani con gli interventi del Sottosegretario del MIPAAF Sen. **Gian Marco Centinaio**, del Consigliere di **FEDERDOC Leone Massimo Zandotti**, del Direttore de **Il Corriere Vinicolo Giulio Somma** per l'**Unione Italiana Vini** e di **Maurizio Montobbio**, Presidente del **Consorzio Tutela del Gavi**, moderati dalla giornalista **Anna Scafuri** di Tg1 RAI.

*"Un incontro dal quale sono emerse indicazioni chiare su quale sia la strada da seguire per i Consorzi del vino italiani che – sottolinea **Maurizio Montobbio**, Presidente del Consorzio Tutela del Gavi - stanno sempre più assumendo un ruolo strategico per la promozione non solo del vino, ma della combinazione obbligata di vino&territorio".*

**Comunicazione e Ufficio Stampa - The Round Table per il Consorzio Tutela del Gavi**

Francesco Moneta + 39.335.6762085 – francesco.moneta@theroundtable.it

Chiara Fossati +39 3477362313 – chiara.fossati@theroundtable.it

Federico Manzoni +39 334.1992054 – federico.manzoni@theroundtable.it





CONSORZIO TUTELA DEL GAVI

Il Premio Gavi e le tre Menzioni speciali sono stati assegnati da una autorevole Giuria composta da: **Gaetano Belloni** - Class Editori; **Massimiliano Bruni** - IULM Wine Institute, Comitato Scientifico di IULM Communication School, CdA di IULM AI Lab; **Paolo Castelletti** - Segretario Generale UNIONE ITALIANA VINI; **Sen. Gian Marco Centinaio** - Sottosegretario di Stato-MIPAAF; **Andrea Cornelli** - UNA - Aziende della Comunicazione Unite; **Giorgio Dell'Orefice** - Il Sole 24 Ore/Radiocor; **Luigi Gia** - La Repubblica; **Francesco Moneta**, fondatore di *The Round Table* e coordinatore del Laboratorio Gavi; **Maurizio Montobbio**, Presidente del Consorzio Tutela del Gavi; **Fabio Piccoli** - Wine Meridian; **Alessandra Piubello** - Decanter; **Anna Prandoni** - Gastronomika; **Alessandro Regoli** - Winenews; **Riccardo Ricci Curbastro**, Presidente di FEDERDOC; **Simone Roveda** - WineryLovers; **Rossella Sobrero** - Presidente FERPI - Federazione Relazioni Pubbliche Italiane; **Giulio Somma**, direttore de *Il Corriere Vinicolo*; **Loredana Sottile** - Tre Bicchieri/Gambero Rosso; **Isidoro Trovato** - Corriere della Sera.

Il **Premio Gavi LA BUONA ITALIA 2022** è stato patrocinato da: **MIPAAF** - Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali, **UIV** - Unione Italiana Vini, **FEDERDOC** - Confederazione Nazionale dei Consorzi Volontari per la Tutela delle Denominazioni dei Vini Italiani, **ENIT** - Agenzia Nazionale del Turismo, **IWI** - IULM Wine Institute, **FERPI** - Federazione Relazioni Pubbliche Italiana, **Il Corriere Vinicolo**, **UNA** - Aziende della Comunicazione Unite.

### TUTTO IL GAVI A MILANO

L'assegnazione del Premio GAVI LA BUONA ITALIA è stato il primo appuntamento di una intera giornata - lunedì 21 marzo - dedicata al Gavi Docg a Milano.

"**TUTTO IL GAVI A MILANO**" è tornato 'in presenza' con la **masterclass** "*Le sfumature del Gavi. Acciaio, legno, cemento e anfora: stili di vinificazione e affinamento a confronto*" e il **banco d'assaggio** con circa 70 etichette, alla scoperta del Grande Bianco Piemontese.

## LA RICERCA

### "COMUNICARE IL VINO ITALIANO ALL'ESTERO VIA WEB. IL RUOLO DEI CONSORZI DI TUTELA"

Le best practices messe in atto dai Consorzi vincitori del Premio Gavi La Buona Italia rientrano negli asset per una efficace comunicazione dei Consorzi rilevati dalla ricerca "**Comunicare il vino italiano all'estero via web. Il ruolo dei consorzi di tutela**" che il Consorzio Tutela del Gavi ha affidato alla società di ricerca Astartea, in collaborazione con The Round Table. Condotta su 21 Consorzi del vino italiani - 16 finalisti del Premio Gavi 2022 e 5 vincitori di precedenti edizioni del Premio - ha identificato per la prima volta quattro cluster comportamentali nel modo di comunicare, via sito web, dei Consorzi del Vino.

I cluster individuati rivelano caratteristiche strutturali specifiche e una funzione comunicativa propria, che determinano la loro identità differenziata, con punti di forza e di debolezza.

Comunicazione e Ufficio Stampa - The Round Table per il Consorzio Tutela del Gavi

Francesco Moneta + 39.335.6762085 – francesco.moneta@theroundtable.it

Chiara Fossati +39 3477362313 – chiara.fossati@theroundtable.it

Federico Manzoni +39 334.1992054 – federico.manzoni@theroundtable.it





CONSORZIO TUTELA DEL GAVI

I **ConSORZI Promoter**: hanno un'anima spiccatamente commerciale. Puntano più sul vino che sul territorio come ambiente socioculturale. Molto impegnati sull'internazionalizzazione con presenza fisica all'estero (eventi e educational), dando molta eco alle azioni svolte.

Fattore critico: l'internazionalizzazione si può esaurire nella commercializzazione e negli eventi, senza valorizzare anche il *genius loci*?

I **ConSORZI Sistemici**: ricchezza complessiva del racconto, ivi compresa la valorizzazione delle Cantine e la costruzione di un legame stretto fra la produzione del vino e la struttura socioculturale del territorio.

Fattore critico: l'autoriferimento derivante dalla valorizzazione della storia locale prevale sull'apertura verso l'estero (con l'eccezione del Consorzio del vino Brunello di Montalcino).

I **ConSORZI Funzionali**: si pongono al servizio delle Cantine, ne valorizzano il lavoro, promuovendo la cultura contadina pur assumendo uno stile attuale.

Fattore critico: focus sul localismo, che trascura l'orientamento alla internazionalizzazione.

I **ConSORZI Valorizzanti**: community delle Cantine, che si rafforzano grazie al perfetto ambiente espressivo assicurato dal sito e alla maggiore visibilità garantita dal Consorzio.

Fattore critico: il ruolo in secondo piano del Consorzio rispetto alle Cantine limita un'azione 'outbound', a vantaggio di quella inbound (che vede le Cantine protagoniste).

## FOCUS: 'L'ENOTURISMO'

Il tema dell'Enoturismo appare diversamente affrontato in funzione delle tipologie di cluster cui i siti appartengono.

- La presenza di uno spazio dedicato all'Enoturismo ha riscontro in una struttura del sito che fin dalle prime immagini associa in un unico sguardo il tema della produzione a quello del territorio, raccontato con profondità storica e culturale.
- Al contrario, la valorizzazione del territorio solo a sostegno della qualità distintiva dei vini rende meno efficace l'espansione del sito in direzione enoturistica, in quanto colloca il territorio solamente nel ruolo di luogo di produzione, piuttosto che anche in quello di una promessa d'esperienza o "*insight*" circa la desiderabilità di uno stile di vita.
- La più accentuata promozione dell'Enoturismo avviene quando il sito mantiene in equilibrio gli spazi dedicati al Consorzio (che si fa valere come soggetto unico, sovraordinato alle singole Cantine) e alle Cantine (che all'interno del sito del Consorzio trovano uno spazio pienamente valorizzante), come accade nel cluster *ConSORZI Sistemici*.
- Le Cantine si confermano come punto di riferimento imprescindibile, in quanto snodi della *route* enoturistica che guidano alla scoperta del territorio. Caso emblematico è quello del sito del *Consorzio di tutela vini di Alghero*, che delega alla pagina dedicata alle Cantine il compito di indicare i servizi enoturistici offerti.

Comunicazione e Ufficio Stampa - The Round Table per il Consorzio Tutela del Gavi

Francesco Moneta +39.335.6762085 – francesco.moneta@theroundtable.it

Chiara Fossati +39 3477362313 – chiara.fossati@theroundtable.it

Federico Manzoni +39 334.1992054 – federico.manzoni@theroundtable.it





#### CONSORZIO TUTELA DEL GAVI

- È parimenti importante il ruolo del Consorzio in quanto espressione di una identità locale forte e riconoscibile perché strettamente legata al vino, ma con un ruolo istituzionale che gli consente di collegarsi alle altre entità pubbliche e private del territorio.
- Significativamente, hanno una sezione enoturistica dedicata i siti appartenenti al cluster dei *Consorzi Valorizzanti* in cui il Consorzio assicura alle Cantine valore aggiunto comunicativo, non limitandosi a una funzione solo di servizio.
- Quando il Consorzio bypassa il legame con il territorio per svolgere in proprio la funzione di promozione dei vini della Denominazione, la proiezione verso l'estero è funzionale a sostenere la notorietà e il respiro internazionale dei propri prodotti, piuttosto che attrarre enoturismo.

#### FOCUS: 'IL BUSINESS PER L'ESTERO'

- La volontà e la capacità di orientarsi verso l'estero è estremamente diversa nei diversi cluster ed è più significativa laddove il Consorzio manifesta un ruolo particolarmente forte e rilevante
- Attività mirate verso l'estero sono più frequenti nei siti orientati alla promozione del vino (cluster *Consorzi Promoter*), piuttosto che in quelli impegnati nella promozione del mix Vino & Territorio.
- Al contrario i Consorzi più attenti alla componente territoriale (cluster *Consorzi Sistemici* e *Consorzi Valorizzanti*) appaiono più inclini a vivere l'internazionalizzazione assecondando la domanda proveniente dall'estero, contando sul ruolo del territorio come elemento attrattivo e di creazione del valore comunicativo del vino, piuttosto che enfatizzare l'offerta nella dimensione internazionale.
- Emergono quindi due tendenze di comunicazione dei Consorzi anche in relazione alla relazione Vino&Territorio: una verso l'esterno, basata sulle modalità tipiche della comunicazione e delle relazioni pubbliche contemporanee; una verso l'interno, fondata sulla più tradizionale valorizzazione del territorio e della ospitalità legata all'Enoturismo.

#### Comunicazione e Ufficio Stampa - The Round Table per il Consorzio Tutela del Gavi

Francesco Moneta +39.335.6762085 – francesco.moneta@theroundtable.it

Chiara Fossati +39 3477362313 – chiara.fossati@theroundtable.it

Federico Manzoni +39 334.1992054 – federico.manzoni@theroundtable.it

