

TOSCANA

Il Chianti classico studia le vendite online

Al fine di tutelare il marchio del Gallo Nero anche sul web, nel 2014 il Consorzio del Chianti Classico ha siglato un accordo con la Convey srl di Torino. L'azione di monitoraggio effettuata sui principali siti di e-commerce ha portato una mole di dati estremamente interessanti, che ha spinto il Consorzio a dare vita nel 2016 a un'azione pilota, sempre condotta dalla Convey, che al momento attuale non ha uguali in alcun altro consorzio italiano.

In pratica, il sistema ha preso in esame i 500 più importanti siti di e-commerce e per ogni singola bottiglia venduta online fornisce dati preziosi per il Consorzio e per le singole aziende associate. Per ogni bottiglia, infatti, vengono messi in evidenza il produttore, l'etichetta, il formato, il prezzo di vendita e le modalità di messa in vendita. Spesso i produttori non riescono a seguire i percorsi delle proprie bottiglie online, ma con questo sistema, che copre 43 Paesi, è possibile verificare su quali siti di e-commerce sono presenti i prodotti.

Il progetto è attualmente arrivato a circa metà percorso e a breve saranno monitorati anche i mercati di Cina e di Sud America. Il Consorzio, inoltre, grazie a tutti i dati raccolti, sarà anche in grado di mettere in campo azioni di web marketing andando a «colpire» quei mercati che il sistema evidenzierà come meno coperti o comunque bisognosi di maggiori attenzioni.

Il progetto è sostenuto dal Ministero, e i vertici del Consorzio sono sicuri che darà risultati importanti nel settore dell'e-commerce, che si prospetta come uno dei veicoli di vendita capace di grandi sviluppi nell'immediato futuro. **P.C.**