

## Autoctoni e social network Così cresce il B2C del vino

Vitigni autoctoni, sostenibilità e social network, ma non cresce l'e-commerce delle singole aziende. È lo spaccato del mondo del vino italiano che emerge dalla ricerca **FleishmanHillard Italia** sulla presenza online delle prime 32 aziende vinicole italiane per fatturato. Il 53% delle aziende ha dedicato attenzione sul proprio sito al tema dei vitigni autoctoni nell'ambito della valorizzazione del territorio, +22% delle cantine rispetto a 2016. A parlare di sostenibilità è il 37,5% delle aziende della ricerca mentre affascina sempre più il mondo social dove è in forte aumento l'utilizzo di **Instagram** (+23%) e **Wikipedia** (37,5% delle imprese contro l'11,5% del 2016) mentre **Facebook** rimane il social più usato (25 aziende su 32). Ancora sotto tono, invece, l'integrazione di chat per favorire conversazioni real time sui siti, l'e-commerce proprietario utilizzato da pochissimi (3 su 32). La ricerca ha anche stilato una classifica sulla presenza online delle cantine. Per l'edizione 2017 si conferma sul gradino più alto del podio **Frescobaldi**, seguita da **P. Antinori** al secondo posto, **Masi Agricola** stabile al terzo, **Cavit Cantina Agricoltori** in quarta posizione mentre **Mezzacorona** chiude la top 5. La classifica tiene conto, tra l'altro, di quanto le aziende siano seguite sui social, sulla frequenza di aggiornamento, sui canali scelti per comunicare.

**Andrea Settefonti**

Un super software per vignaioli  
Histori lavora su big data per analisi predittive e marketing  
Tutti i mercoledì più italiani  
AgricolturaOggi  
CON L'ABBONAMENTO UN ANNO € 43,00  
Sconto del 59,5%