



Wine Meridian

Read It, Taste It

Italian daily news for key players and wine lovers

Enosocial® strizza locchio al packaging

Dai cartellini alle retroetichette, l'app DTC che mette in contatto produttori e clienti, si orienta su due elementi strategici per attrarre i consumatori più giovani: packaging e rapidità del sistema



Anno nuovo, nuovi propositi anche per Enosocial® una fra le prime app in Italia a fare del D-T-C (Direct to Consumer) il suo punto cardine, dando valore al potere decisionale del consumatore, regalandogli un'esperienza più gratificante possibile, e venendo incontro alle esigenze delle cantine. Come è ben noto, un elemento fondamentale del prodotto vino è l'etichetta, ovvero la prima impressione, il colpo di fulmine per chi si avvicina alla bottiglia, se non una delle caratteristiche che inevitabilmente influenzano la decisione d'acquisto, perché in fondo anche locchio vuole la sua parte. Considerata la quota crescente di consumatori, soprattutto quelli appartenenti alla categoria dei Millennials, parlare di packaging oggi è diventato qualcosa di imprescindibile. Secondo diverse indagini, svolte anche dalla nota piattaforma Wine Monitor, sembra che la tendenza delle nuove



Wine Meridian

Read It, Taste It

Italian daily news for key players and wine lovers

generazioni sia quella di prestare molta più attenzione agli aspetti visivi, rispetto alle generazioni di consumatori più attente. Nella vita di questi giovani gli elementi visivi sono una predominante, così come lo è la loro necessità di soddisfare i propri bisogni sempre più rapidamente, senza un'eccessiva perdita di tempo. Le innovazioni tecnologiche hanno condotto la società a correre a frequenze più alte, costringendo le aziende del mondo a mantenere questo ritmo per non rischiare di cadere e non rialzarsi più. Drammi a parte, è da evidenziare per certo la volontà di Enosocial® di venire incontro ad entrambi questi elementi: attrattività del packaging e necessità di una filiera più veloce. Ovviamente ci sono molti fattori che entrano in gioco nel momento decisivo di acquisto, come la notorietà del Brand, la tipologia di vino, ma una percentuale importante nella scelta finale la gioca anche il design della bottiglia. Per questo Enosocial®, con il 2019, ha deciso di affinare la propria versatilità, garantendo ai produttori che scelgono di salire a bordo di integrare in maniera coerente e fluida nel loro design di etichetta il **Enosocial® Code**, che permetterà agli utenti di completare i propri acquisti, ovunque essi si trovino. Per ogni prodotto registrato e messo in vendita dal produttore nella piattaforma viene automaticamente generato uno speciale **Enosocial® Code** che la cantina può utilizzare inserendolo nelle retroetichette già durante la loro realizzazione armonizzandolo con il resto della grafica ed in modo non invasivo. Ma c'è di più. Il sistema infatti con l'apposito pulsante **KIT BOTTIGLIA** consente al produttore di realizzare da solo e con la propria stampante dei cartellini (da infilare sul collo delle bottiglie) o delle retro-etichette adesive (da incollare direttamente sulle bottiglie) qualora volesse aggiungere a posteriori questo metodo di vendita sulle bottiglie già pronte. Le cantine che aderiscono a questo progetto, registrandosi gratuitamente dal portale admin.enosocial.com hanno la possibilità di scegliere attraverso un intuitivo portale le modalità con cui preferiscono inserire il codice (come visibile dalla foto di accompagnamento), se in una etichetta aderente alla bottiglia, se in un collarino attorno al collo della bottiglia (molto d'impatto ad esempio sugli scaffali di un wine shop) o se inserirlo all'interno della retroetichetta del vino stessa. Per ogni possibilità il produttore ha a disposizione un test visivo per ogni opzione scelta, così da compiere la decisione migliore, eventualmente una differente per ogni linea registrata. Altra cosa importante da evidenziare è che gli **Enosocial® Code** sono **multipricing** e **geo-referenziati** ovvero lo stesso **Enosocial® Code** può ritornare prezzi diversi per lo stesso vino a seconda di dove l'utente si trova quando lo inquadra. Ma delle possibilità di utilizzo di questa ultima funzione di **Enosocial®** vi parleremo in un prossimo approfondimento. Nel frattempo non resta che provare, magari già a Vinaly, giusto?



30 / 01 / 2019