

Frescobaldi e Vivino: tecnologia e artigianalità valorizzano l'esperienza enologica

scritto da Redazione Wine Meridian | 24 Marzo 2025



Vivino celebra i risultati della partnership con Frescobaldi, attiva dal 2019, che ha rafforzato la presenza digitale della storica cantina toscana. Oltre 22 milioni di interazioni e contenuti in 10 lingue dimostrano l'efficacia della strategia multicanale adottata, che unisce **innovazione digitale, esperienza utente e valorizzazione del brand** a livello globale.

Vivino, la più grande app di vino al mondo, con oltre 72 milioni di utenti e più di 250.000 cantine a livello globale, è orgogliosa di celebrare il successo della sua partnership

con **Frescobaldi**, una delle più rinomate e storiche cantine italiane. Dal 2019, anno di inizio della collaborazione, Frescobaldi ha incrementato in modo capillare la sua **presenza digitale e l'interazione con i consumatori**, raggiungendo appassionati di vino in tutto il mondo grazie alla piattaforma innovativa di Vivino.

La sinergia tra Frescobaldi e Vivino rappresenta la perfetta fusione tra tradizione e innovazione. Frescobaldi, con il suo patrimonio secolare, ha adottato strumenti digitali per espandere la propria portata globale, rendendo i suoi vini consultabili da un pubblico sempre più ampio. Grazie a questa partnership, Frescobaldi ha potuto offrire un'esperienza più fluida e coinvolgente agli utenti.

“Siamo molto entusiasti di collaborare con Frescobaldi, un marchio che incarna l’essenza della tradizione vinicola toscana”, ha dichiarato **Tue Soe, CMO di Vivino**. “Abbiamo registrato oltre **22 milioni** di interazioni con i vini Frescobaldi su Vivino, con una **media di valutazione superiore alle quattro stelle**. Questo coinvolgimento riflette il crescente interesse e la domanda per i loro eccezionali prodotti, posizionando Frescobaldi tra i 30 vini più ricercati al mondo.”

La strategia digitale di Frescobaldi: sfruttare la tecnologia di Vivino per rafforzare il legame digitale con gli appassionati di vino in tutto il mondo

Fabrizio Dosi, CEO del Gruppo Marchesi Frescobaldi, ha commentato: “La nostra partnership con Vivino rappresenta un passo strategico per ampliare il nostro coinvolgimento digitale con i consumatori. In Frescobaldi, siamo impegnati nella produzione di vini di eccellenza che riflettano i terroir unici della Toscana e comprendiamo l’importanza di adottare nuove tecnologie per rispondere alle esigenze in continua evoluzione degli appassionati di vino di oggi. Questa collaborazione è una parte fondamentale della nostra strategia

digitale, che è in grado di garantire agli utenti un'esperienza multicanale coerente e integrata.”

Van Hong Doan, Ecommerce & Digital Manager del Gruppo Marchesi Frescobaldi, sottolinea: “Con **contenuti disponibili in 10 lingue diverse** su Vivino, ci assicuriamo che i nostri clienti possano esplorare i nostri vini nella loro lingua madre, offrendo loro un'esperienza di acquisto più consapevole. Le valutazioni affidabili di Vivino, le recensioni degli utenti e la tecnologia avanzata basata sull'intelligenza artificiale ci hanno permesso di ampliare significativamente la nostra portata globale. Gli appassionati di vino di tutto il mondo possono ora scoprire e approfondire la conoscenza dei nostri vini e dei nostri brand semplicemente scansionando una bottiglia con i loro dispositivi mobili.”

Punti chiave

1. **Frescobaldi ha incrementato la sua presenza digitale** grazie alla partnership con Vivino.
2. **Oltre 22 milioni di interazioni**, con valutazioni medie superiori a quattro stelle.
3. **Contenuti disponibili in 10 lingue**, migliorano l'esperienza di acquisto internazionale.
4. **La tecnologia Vivino favorisce scoperta, interazione e acquisto** da mobile.
5. **La strategia digitale è coerente**, integrata e orientata al coinvolgimento globale.