

# Il Marketing cross-territoriale e il successo di fare squadra

scritto da Agnese Ceschi | 14 Giugno 2016



Cos'è il marketing cross-territoriale e come funziona? Ce lo spiega un saggio sulle opportunità offerte da questa strategia di comunicazione per incrementare il successo dei vini vulcanici nel mondo. All'apparenza può sembrare un concetto molto complicato, ma nei fatti è molto semplice. L'autrice di

questo saggio è Jane Nisbet Huseby, vincitrice del concorso promosso dal Consorzio di Tutela del Soave e consulente di marketing e comunicazione del vino da 12 anni, operante in Norvegia, ma fondatrice di una società di eventi commerciali e trade del vino in Cile e Argentina. Secondo l'autrice del saggio, studente anche del prestigioso Institute of Masters of Wine di Londra, il segreto del successo può essere racchiuso in concetti molto semplici: internazionalizzazione, cooperazione, osservazione di ciò che fanno gli altri ma soprattutto ricerca dei consumatori nei canali dove oggi sono più attivi, il mondo social.

**In che cosa consiste il suo saggio con cui ha vinto il concorso promosso dal Consorzio del Soave?**

Quando ho letto il titolo del concorso "Volcanic Wines, a new notion of terroir: explain how cross-territorial marketing and communication can be used as an opportunity for Soave and Italian volcanic wines", ho deciso che non avrei potuto non partecipare.

Il mio background nel settore del marketing e la mia esperienza con gruppi di produttori mi hanno permesso di analizzare in modo chiaro quelli che sono i miglioramenti che il Consorzio può mettere in atto. È difficile dal mio punto di vista analizzare in modo critico il duro lavoro che qualcuno ha fatto e proporre dei cambiamenti, ma questo è quello che ho provato a fare con il mio saggio.

**Quali sono i punti che ha analizzato?**

Sinteticamente i punti che ho esposto per il Soave e i Volcanic Wines possono essere applicati a qualsiasi gruppo di produttori nel mondo, che abbiano un'identità precisa e chiara.

1 Impara dal successo degli altri: il Soave ha un'unica opportunità per cavalcare l'ondata del successo, imparare e costruire un'immagine come ha fatto il Prosecco in questi anni

che ha avuto un'incredibile ascesa in popolarità.

2 Cooperazione di gruppo: nei gruppi di produttori è importante trovare obiettivi comuni misurabili. Non importa se il produttore è piccolo o grande, ognuno dei membri del gruppo guadagna e non è in competizione con gli altri. Questo atteggiamento positivo è emerso quando sono stata a Soave: i produttori parlavano bene gli uni degli altri ed avevano un'attitudine alla cooperazione.

3 Internazionalizzazione: lavorare facendo parte di un gruppo internazionale di regioni produttrici di vini vulcanici è una realtà e un'enorme vantaggio per Soave. Consiglio di continuare con questo progetto e di usare questa fantastica opportunità di cooperazione internazionale per creare eventi locali nelle diverse regioni vinicole così come indirizzati a mercati target in giro per il mondo.

4 Usa il logo Volcanic Wines: penso che sia estremamente potente e dà un senso di grande energia. Usare le immagini permetterà al Consorzio e al gruppo dei Volcanic Wines di avere opportunità di successo per comunicare questi vini con grande energia.

5 Cambia i comportamenti dei consumatori attraverso i social media: per essere in grado di competere con gli altri vini in giro per il mondo, bisogna fare una comunicazione di successo. L'uso dei social media oggi è parte essenziale del business del vino, perché le persone sono costantemente connesse. Secondo una ricerca di Google del 2015 ci sono oltre 2 bilioni di utenti di social media attivi nel mondo e gli smart phones sono uno strumento essenziale nella vita di ognuno oggi. Molti produttori dicono di non riuscire a capire come usare i social media e non parlano nemmeno l'inglese. Io suggerisco di immergersi in questo mondo, perché i social media livellano il campo di battaglia e se usati bene permettono di entrare in contatto con un'enorme fetta di consumatori anche se un'azienda è piccola, perché in quel settore lotta quasi alla

pari con i grandi produttori.

## **Quale consiglio darebbe ai produttori italiani per comunicare meglio i loro prodotti nel mondo?**

Nella mia recente visita in Italia, ho compreso quanto sia importante diventare piú sicuri e fluenti nel comunicare in lingua inglese. Non importa se si fanno errori grammaticali, i giornalisti e gli specialisti del trade vogliono sentire dalle parole dirette dei produttori le loro storie, la loro passione per il vino e non tradotte da un interprete o da un esperto di pubbliche relazioni.

Inoltre ad ogni cena, pranzo o occasione di incontro bisogna costruire relazioni, non affidare questo lavoro al proprio addetto della comunicazione o delle pubbliche relazioni.

**Molti vini italiani sono sconosciuti a causa della difficoltà di comunicare nel mondo le diverse denominazioni. Quale potrebbe essere un messaggio chiaro per diffondere piú conoscenza di queste diversità?**

Essere autentici e comunicare ciú che rende unico il territorio di appartenenza: questi sono due elementi importanti da cui partire. Inoltre creare un messaggio semplice, onesto e facile da ricordare corredato da una strategia di comunicazione che coinvolga le singole aziende con attività individuali o di gruppo corredate da foto e interazioni sui social media.

### **Chi è Jane Nisbet Huseby?**

*Jane Nisbet Huseby è consulente specializzata in marketing del vino e rapporti con il trade/consumatore e lavora in Europa con base in Norvegia. Originaria della Scozia, Jane ha un background internazionale e lavora nel settore del vino da ormai 12 anni. Jane è proprietaria anche di una società di marketing, Brandabout, con sede in Cile che offre visite commerciali internazionali a piú di 60 aziende vinicole cilene e argentine. Jane è attualmente studentessa all'Institute of Masters of Wine di Londra e ha vinto il concorso promosso dal Consorzio del Soave Volcanic Wines, a new notion of terroir: explain how cross-territorial marketing and communication can be used as an opportunity for Soave and Italian volcanic*

wines~~0~~.