Studio di Wine Intelligence svela la percezione dei consumatori sui Vini DOC Cirò e Melissa

scritto da Redazione Wine Meridian | 24 Luglio 2023



Il **Consorzio di Tutela Vini DOC Cirò e Melissa**, il 19 luglio ha presentato alla stampa lo **studio condotto da Wine Intelligence**, presso Borgo Saverona di Cirò Marina.

Lo studio, finanziato dal Consorzio, grazie al contributo della Regione Calabria, si pone l'obiettivo di valutare la percezione dei consumatori in relazione alla Denominazione d'Origine Cirò, mettendo a confronto i risultati emersi con la percezione delle altre DOC italiane. Wine intelligence ha

dunque incentrato la ricerca sulla codifica e l'analisi dei dati emersi dallo studio del mercato dei consumatori, con particolare focus sul mercato nazionale e sul mercato tedesco.

"*Per la prima volta è stato condotto uno studio di tale spessore sul vino del Cirò*" dichiara **Raffaele Librandi, Presidente del Consorzio di Tutela Vini DOC Cirò e Melissa,**"*Abbiamo scelto di investire in questa ricerca in quanto negli ultimi anni abbiamo riscontrato un interesse crescente sul Cirò e più in generale sui nostri vini. Abbiamo dunque voluto approfondire questa tendenza attraverso una fotografia nitida e dettagliata della nostra denominazione, che potesse diventare lo strumento per delineare una strategia di promozione, basata su azioni mirate e più efficaci*."

L'obbiettivo per il Consorzio è, infatti, quello di trasformare i dati emersi in **azioni concrete volte a promuovere l'identità e la qualità dei vini del cirotanoa livello nazionale ed internazionale**. "*Analisi quali quelle che Wine Intelligence ha sviluppato per il Consorzio Cirò e Melissa*" commenta **Pierpaolo Penco Docente ed esperto di marketing del vino** "*permettono di raccogliere informazioni e dati attendibili sul comportamento e le attitudini dei consumatori di vino, a iniziare da Italia e Germania che sono i primi due mercati di vendita della Denominazione. I risultati segnalano come non si possa trascurare un'attività di promozione per farsi conoscere di più e meglio, a patto di realizzare interventi mirati che abbiamo come obiettivo finale la crescita della percezione del marchio della DOC e, quindi, la considerazione e la disponibilità dei consumatori a spendere per acquistarne i vini. Ciò può essere svolto attraverso una pianificazione strutturata di marketing e comunicazione proprio alla luce dei fattori ambientali che le analisi hanno permesso di scoprire o confermare*."
A questo proposito, appare inoltre chiaro come lo studio metta in risalto la necessità di **veicolare la promozione dei vini attraverso una maggiore conoscenza e divulgazione del**

territorio calabrese.

“*Far conoscere il vino Cirò, trasmettere il suo valore di alta qualità, non può prescindere dall’attribuzione di maggior valore a tutto il “sistema Calabria”. Il coinvolgimento delle istituzioni per una doc di nicchia, fatta di tante piccole aziende, è essenziale. Abbiamo bisogno di lavorare in sinergia per poter far conoscere la nostra denominazione nei mercati e farlo con una strategia precisa*.” continua **Raffaele Librandi.**

Durante il convegno hanno partecipato e sono intervenuti esperti del settore e rappresentati di diverse istituzioni e organizzazioni, a dimostrazione degli intenti di un lavoro collettivo per la promozione del territorio. Tra i relatori il **Dott. Raffaele Librandi Presidente** del *Consorzio di Tutela Vini DOC Cirò e Melissa*, **Dott. Pierpaolo Penco***Docente ed esperto di marketing del vino*, **Dott. Angelo Radica***Presidente nazionale Associazione Città del Vino*, **Dott. Giacomo Giovinazzo***Direttore generale Dipartimento Agricoltura della Regione Calabria*, **Dott. Sergio Ferrari***Sindaco di Cirò Marina* e **Dott. Gianluca Gallo***Assessore all’Agricoltura, Risorse agroalimentari e forestazione della Regione Calabria*.