

E-COMMERCE DEL VINO

NUOVE FRONTIERE DI VENDITA

SocialMeter è la divisione di Big Data analysis di Maxfone, data provider italiano che accompagna verso la digital transformation clienti provenienti da ogni settore.

Grazie allo sviluppo di un brevetto d'eccellenza, SocialMeter è in grado di esaminare l'ampia quantità di dati disponibile online con una profondità di analisi unica sul mercato, garantendo la giusta confidenza nella predisposizione di nuove strategie di business.

Fondata nel 2010 da soci con esperienze stimate nell'avvio di imprese e nella creazione di valore nel campo ICT, l'azienda si è radicata e distinta sul panorama Telco nazionale, per poi svilupparsi sul più ampio mercato Media.

Nel 2018 Maxfone è diventata la prima azienda italiana con un brevetto di Big Data Analysis, che comprende apparecchiatura e metodo di acquisizione, monitoraggio e analisi dati: il modello SocialMeter Analysis.

Maxfone è inoltre diventata membro ufficiale, a novembre 2018, della Big Data Value Association (BDVA), partner della Commissione Europea che lavora a sostegno di ricerca, sviluppo, innovazione e promozione dei Big Data per porre l'Europa in prima linea nel settore.

A dicembre 2018, attraverso la sua consociata Instant Media Analyzer, di base ad Austin (Texas), Maxfone ha siglato un accordo con la Texas State University per un progetto di ricerca congiunto sullo sviluppo di nuovi algoritmi di machine learning.

© 2020, Maxfone Srl

Pubblicato nel mese di marzo 2020

Emesso da: Divisione Media, Ufficio Data Analisi

Ed. 1 Rev. 1



1020015000040566
Primo **brevetto** italiano in big data analysis
Apparecchiatura e metodo di acquisizione,
monitoraggio e analisi dati

La proprietà intellettuale della metodologia di analisi dei dati, della loro elaborazione e presentazione in forma di report, è di Maxfone Srl. Ogni utilizzo al di fuori della committenza è soggetto ad espressa richiesta scritta a Maxfone Srl che si riserva di concederle il permesso.

Maxfone Srl dichiara che le informazioni contenute nel report sono a supporto della gestione strategica e operativa, esse vanno utilizzate come strumenti di supporto e non sostitutivi delle scelte strategiche e operative da personale qualificato e competente. Fatte salve le generalità contenute nei presenti paragrafi, non garantiamo che l'utilizzo dei dati contenuti nel report porterà a qualsiasi forma di ricavo o di risultato. Il contenuto del presente documento costituisce materiale soggetto a copyright.

Ove citati, la proprietà intellettuale di altri brand appartiene all'azienda di riferimento.

SocialMeter Analysis® è un marchio registrato da Maxfone Srl.

E-COMMERCE DEL VINO

NUOVE FRONTIERE DI VENDITA



IL VINO, SPECIALMENTE IN ITALIA, È LA POESIA DELLA TERRA.

Mario Soldati

- scrittore, giornalista, saggista, regista, sceneggiatore e autore televisivo italiano -

Sommario

Highlights	6
Premessa	7
Dati di mercato	8
Analisi quantitativa web	14
-Top Fonti	17
Analisi qualitativa web	19
-Approfondimenti tematici	20
-Articoli di rilievo	24
-Eventi di settore	25
-Canali di vendita online più menzionati	26
Conclusioni	29
Glossario&Query	31
Metodologia	33
Codice Etico	35

Highlights



Di seguito sono elencati i principali punti emersi dall'analisi del conversato web relativo agli e-commerce del vino da marzo 2019 a marzo 2020:

- A)** Raccolti oltre 500 contenuti web relativi agli e-commerce del vino.
- B)** Negli ultimi anni gli e-commerce del vino italiano hanno avuto un incremento sostanziale nelle vendite.
- C)** I flussi commerciali di vino nel 2018 hanno superato i 32 miliardi di euro.
- D)** L'Italia rappresenta il secondo esportatore mondiale con 6,2 miliardi di euro di export nel 2018.
- E)** Nel 2018 gli Stati Uniti sono il Paese col maggior numero di vini importati per una quota di 5,2 miliardi di euro.
- F)** winemeridian.com è la fonte che ha generato più articoli web (50) riguardanti il mondo del vino e degli e-commerce dedicati.

Premessa

- Il presente documento si pone l'obiettivo di riportare le principali informazioni estrapolate da osservatori sul mondo degli e-commerce del vino nel corso degli ultimi 12 mesi (1 marzo 2019 - 1 marzo 2020).

Il flusso dell'analisi:

Nella sezione relativa agli osservatori creati sul web sono stati evidenziati i seguenti dati :

- un'analisi quantitativa sul mondo degli e-commerce del vino;
- le principali fonti che hanno pubblicato contenuti a riguardo;
- il flusso di contenuti web riguardo questo mercato.
- un approfondimento qualitativo specifico sulle principali tematiche emerse dall'indagine.
- i principali e-commerce, cantine, enoteche, negozi, e GDO classificati per numero di menzioni ricevute all'interno degli osservatori web.

A large white number '01' is overlaid on a background of wine bottles on shelves. The '0' is a simple circle, and the '1' is a vertical bar with a horizontal base. The background shows multiple rows of wine bottles on dark shelves, with some bottles having labels and others having different colored caps.

01

Dati di mercato

Gli scambi internazionali di vino:

■ Di seguito i dati di mercato dell'anno 2018 più rilevanti per l'analisi, ricavati dal documento di [Federvini relativo all'Osservatorio Wine&Spirits offerto da Wine Monitor di Nomisma e Mediobanca](#).

Wine Monitor è l'Osservatorio di Nomisma dedicato al mercato del vino, nato con l'obiettivo di aiutare imprese e istituzioni della filiera vitivinicola italiana a interpretare correttamente le dinamiche del mercato. Si tratta della prima piattaforma che mette a sistema tutti i dati e le informazioni legate a questo settore, offrendo inoltre servizi mirati che aiutano il cliente a sviluppare le giuste strategie di business.

Top 10 esportatori di vino:

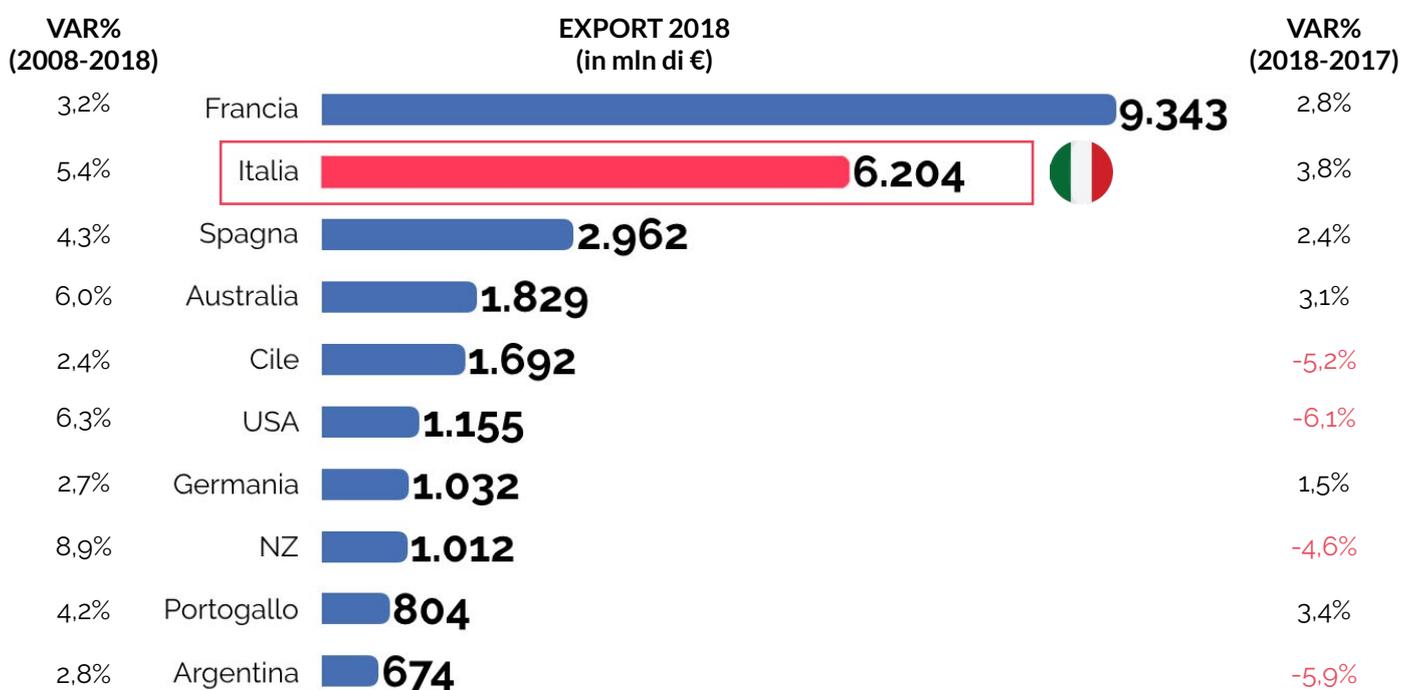


Fig.1 - Fonte Federvini - Top 10 esportatori di vino a livello mondiale

Nel 2018 i flussi commerciali di vino a livello mondiale hanno superato i 32 miliardi di euro e l'Italia rappresenta il secondo esportatore, dopo la Francia, grazie a 6,2 miliardi di euro di export con un peso del 20% a livello mondiale.

Interessante notare come i primi 5 Paesi esportatori di vino (Francia, Italia, Spagna, Cile e Australia) rappresentino il 70% delle esportazioni totali sui diversi mercati.

Evoluzione delle quote di mercato:

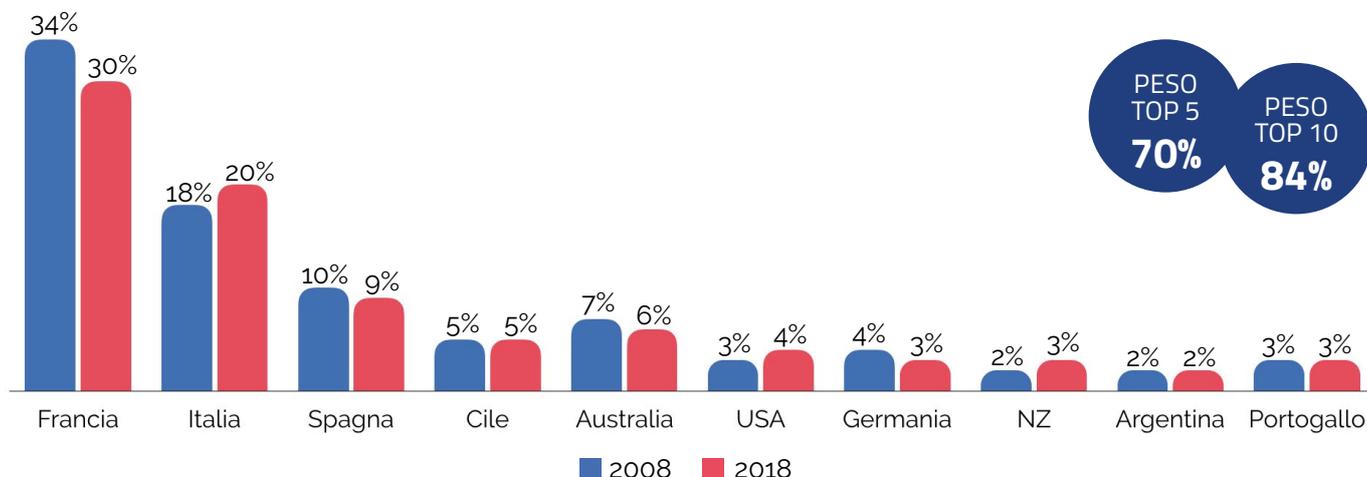


Fig.2 - Fonte Federvini - Evoluzione delle quote di mercato per Paesi mondiali

Top 10 importatori di vino:

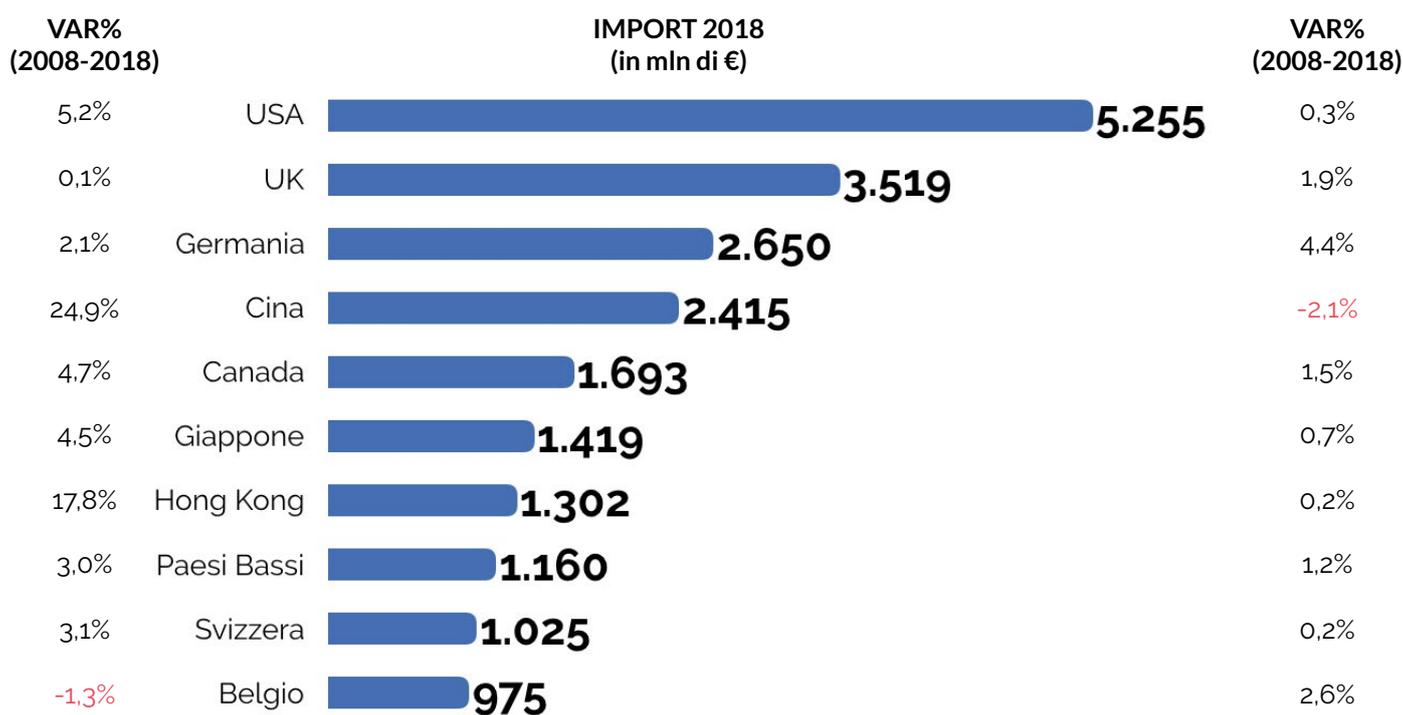


Fig.3 - Fonte Federvini - Top 10 importatori di vino a livello mondiale

In figura sono mostrati i principali mercati a livello mondiale di importazione del vino: gli Stati Uniti figurano al primo posto seguiti da Inghilterra e Germania. Interessante notare come negli ultimi 10 anni il mercato che ha aumentato maggiormente la richiesta risulta essere la Cina, con un aumento di quasi il 25%. Come rilevato all'interno del monitoraggio web, infatti, nel mercato cinese negli ultimi anni è cresciuta sempre di più la tendenza del comprare vino sugli e-commerce posizionandosi ad oggi come il mercato online più grande per vendite di vino con un fatturato oltre tre volte superiore a quello degli altri maggiori mercati, Francia e Stati Uniti.

Il vino italiano:

■ Un trend interessante per quanto riguarda l'Italia è l'aumento esponenziale della vendita di vini spumanti. Soprattutto grazie al successo del Prosecco su alcuni mercati chiave (come USA e UK) le esportazioni negli ultimi 10 anni sono aumentate del 229% superando 1,5 miliardi di euro, con un peso di un quarto del totale delle esportazioni vitivinicole italiane.

Come si può notare dai grafici successivi, rispetto agli altri vini, negli ultimi 10 anni gli spumanti italiani hanno visto un aumento considerevole delle vendite su tutti i mercati di esportazione a livello mondiale, in particolare modo in America, Inghilterra e Francia.

Le tipologie esportate:

Tipologie	2018 (mln €)	Var. % 18/17	Share 2018
Imbottigliati	4.220	0,6%	69%
Spumanti	1.513	11,2%	25%
Sfusi	331	-0,3%	5%
Grandi Formati	84	35%	1%
TOTALE VINO	6.149	3,3%	100%

Fig.4 - Fonte Federvini - Tipologie di vino italiano esportate

Evoluzione delle quote di mercato Italia:

I vini imbottigliati:

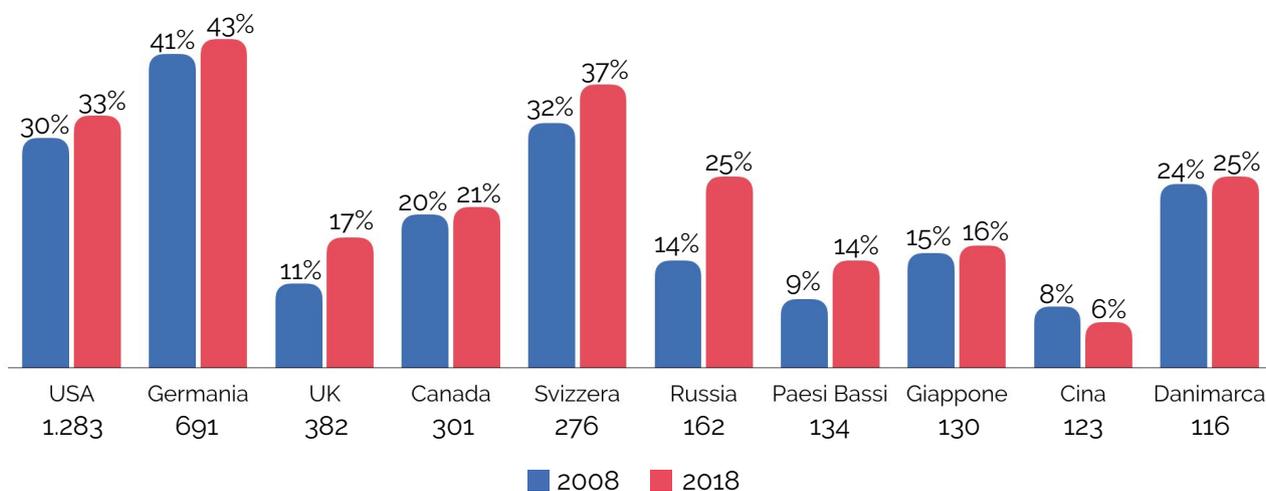


Fig.5 - Fonte Federvini - Import in milioni di € dei vini imbottigliati dall'Italia nel 2018

I vini spumanti:

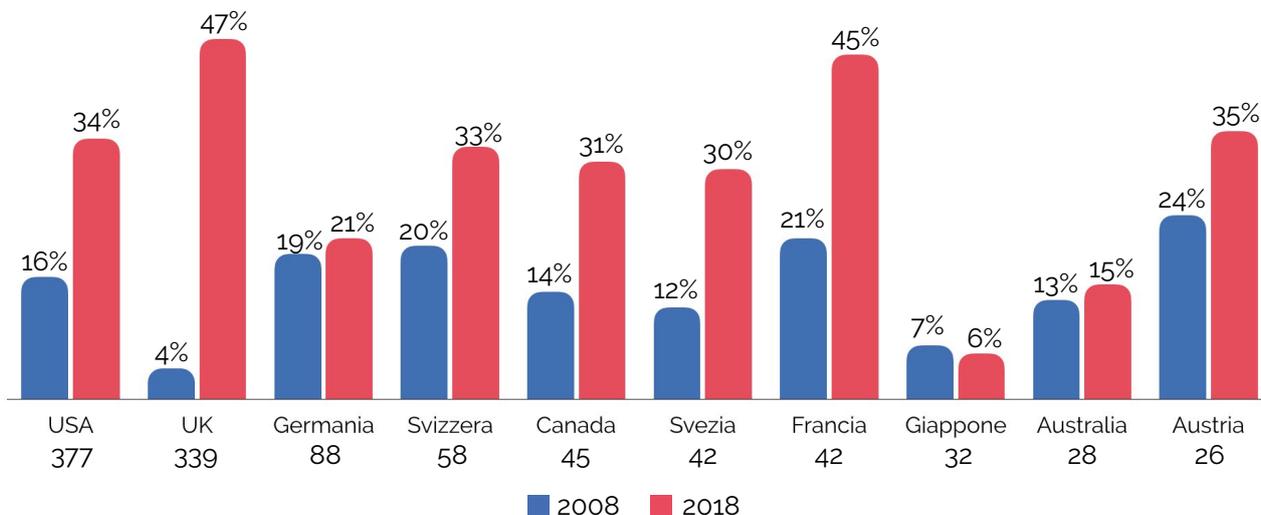


Fig.6 - Fonte Federvini - Import in milioni di € dei vini spumanti dall'Italia nel 2018

I mercati di destinazione del vino italiano:

MERCATI	2018 (mln €)	Var. % 18/17	Var. % 18/08
USA	1.681	2%	90%
Germania	971	4%	26%
UK	744	4%	107%
Svizzera	367	-1%	61%
Canada	354	1%	75%
Russia	265	4%	161%
Giappone	166	-3%	48%
Francia	164	15%	88%
Svezia	161	1%	104%
Paesi Bassi	148	10%	100%

Fig.7 - Fonte Federvini - Principali mercati di destinazione del vino italiano

In tabella sono evidenziati i principali 10 mercati di esportazione del vino italiano. Il più grande è quello degli Stati Uniti con una quota che supera il miliardo e mezzo, seguito da Germania e Inghilterra. Negli ultimi 10 anni i mercati con le variazioni più alte sono stati la Russia, l'Inghilterra, la Svezia, i Paesi Bassi, gli Stati Uniti e la Francia.

Risulta ancora in difficoltà l'export italiano verso la Cina che, nel 2018, ha registrato solamente 126 milioni di euro di import di vino italiano. A differenza dei francesi, infatti, [come dimostra anche una ricerca di Federvini](#), quasi 7 cinesi su 10 associano la parola "vino" alla Francia e solamente 2 su 10 all'Italia. Si spiegano così i 904 milioni di euro l'anno di import di vini francesi da parte della Cina.

Top 3 vini italiani in Cina:

Barolo



13%

Amarone



7%

Chianti



6%

Fig.8 - Fonte Federvini - Vini italiani più apprezzati in Cina

Dalla ricerca di Federvini sul posizionamento del Made in Italy in Cina su un campione di 1.000 cittadini dal reddito medio-alto residenti a Pechino e Shanghai, emergono anche molti apprezzamenti sul vino oltre che di altri prodotti alimentari. Il vino più apprezzato in Cina risulta il Barolo (al 13%) seguito da Amarone (7%) e Chianti (6%). Come analizzato prima, la difficoltà dei vini italiani si scontra col suo più grande competitor, la Francia che, risulta essere la nazione di riferimento per il mercato vitivinicolo. A fronte di ciò l'Italia comunque, di anno in anno, prende sempre più piede in questo mercato lasciando grandi margini di profitto per gli anni futuri. Solo dal 2018 al 2019 [l'export di vino italiano in Cina](#) è aumentato di circa 7 milioni con un aumento del 5,3% della quota

Vinality Cina:

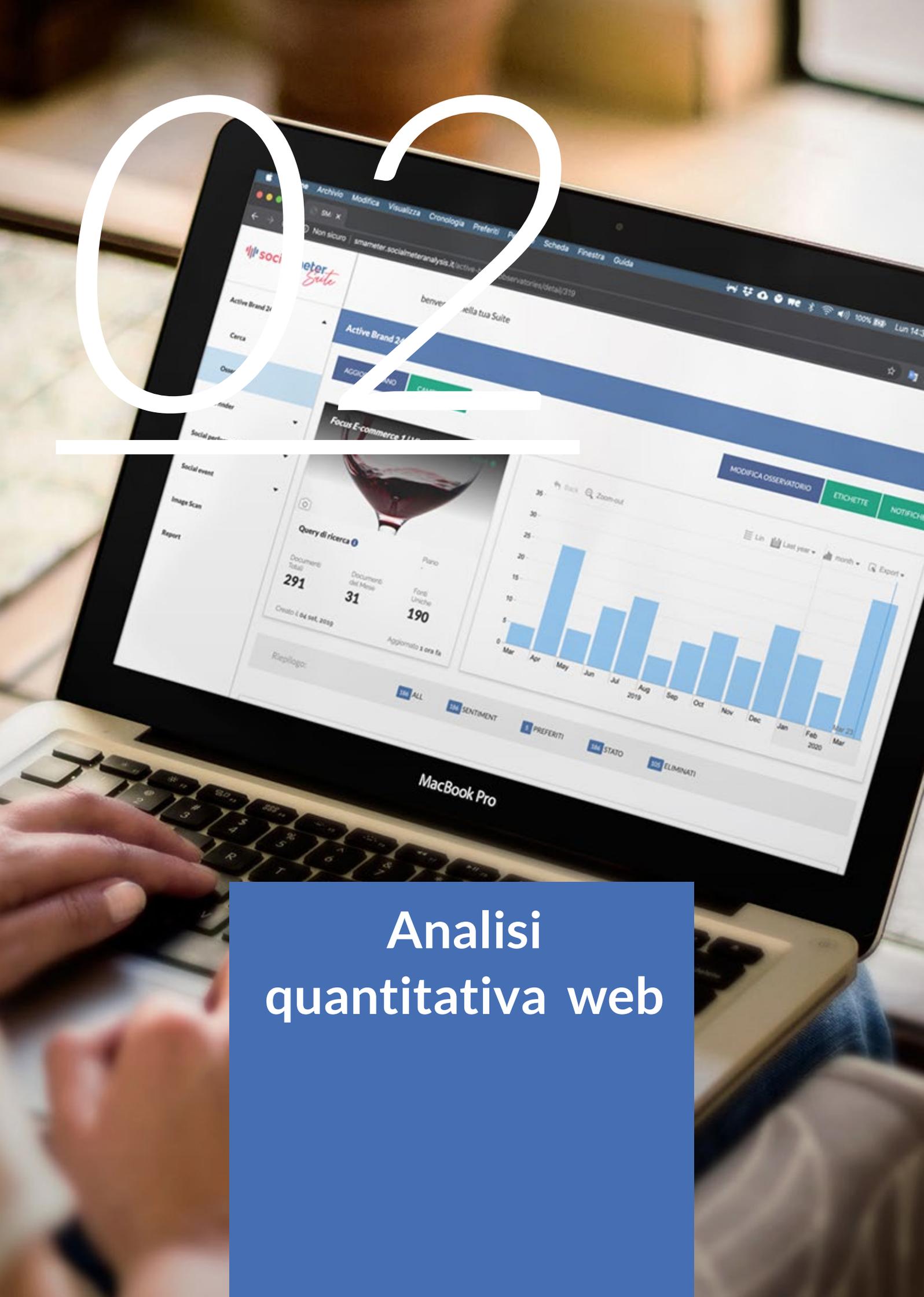
Verona pronta a lanciare la fiera Vinality China, in concorrenza con Vinexpo e ProWine



La più importante Fiera del vino italiano è pronta ad entrare in Cina con la prima edizione nel 2020 di Vinality China, mettendosi in concorrenza con Vinexpo e ProWine, le altre due fiere delle rispettive concorrenti, Francia e Germania.

Gli aumenti dell'export di vino italiano negli ultimi anni in Cina fanno ben sperare e danno delle possibilità per riuscire a prendere piede con quote maggiori rispetto a quelle attuali.

Fonte: <https://aziendeincampo.wordpress.com/2019/03/20/verona-pronta-a-lanciare-la-fiera-vinality-china-in-concorrenza-con-vinexpo-e-prowine/>



Analisi quantitativa web

Il flusso dei contenuti web:

- Il monitoraggio del conversato relativo agli e-commerce del vino sul web è stato effettuato attraverso il modulo Active Brand 24¹ della piattaforma SocialMeter Suite tramite due osservatori web specifici. Grazie a questo infatti, è stato possibile ricercare su siti di news, blog e forum qualificati dati di mercato, eventi sul mondo del vino e un'analisi mirata su specifici e-commerce del vino.

Osservatori \ Mesi	marzo	aprile	maggio	giugno	luglio	agosto	settembre	ottobre	novembre	dicembre	gennaio	febbraio
E-commerce food & beverage	2	21	5	11	12	3	8	11	5	17	9	8
E-commerce del vino	61	58	38	25	33	18	24	58	57	43	39	32
TOTALE	63	79	43	36	45	21	32	69	62	60	48	40

Fig.9 - Osservatori web e quantità di contenuti raccolti suddivisi per mese

E-commerce food & beverage

- Il **primo osservatorio** sul monitoraggio degli **e-commerce del food & beverage** con keywords di monitoraggio generali sugli e-commerce enogastronomici, del food&beverage, sulla birra, sui distillati, sugli insaccati, sulla pasta, sulle confetture, sui liquori, sui dolci e sul vino, **ha raccolto 112 contenuti in quest'anno** specifici **sugli e-commerce del vino**, escludendo quelli riguardanti altri settori. Dopo una prima fase di analisi e di scelta dei contenuti pertinenti al focus di ricerca, i contenuti sono stati taggati e suddivisi per categorie d'argomento. Quella maggiormente presente riguarda gli eventi e, come si può notare dal grafico in **Fig.10**, il **picco di aprile** è relativo al **Vinitaly**, uno degli eventi più importanti a livello internazionale per quanto riguarda il mondo del vino che si tiene appunto ad aprile. Le altre due categorie, in ordine di contenuti, riguardano gli e-commerce del vino e tutte le informazioni di carattere generale e/o specifico relativamente al tema.

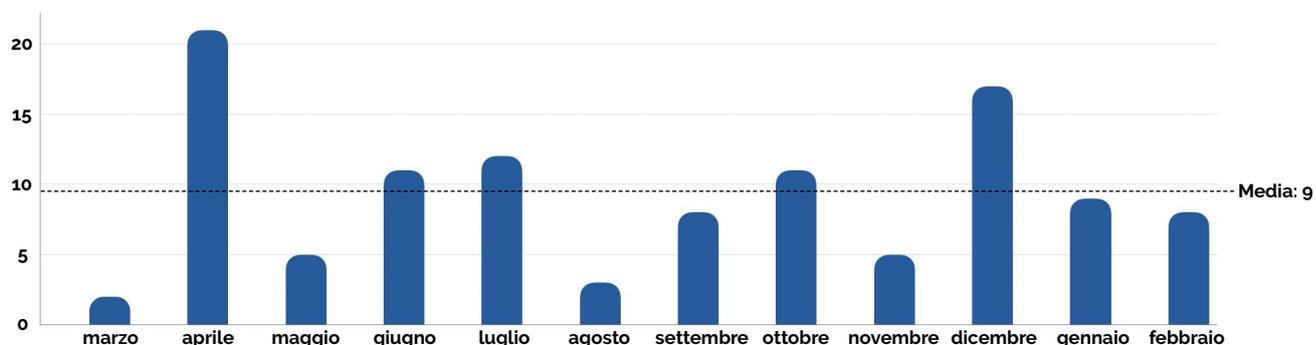


Fig.10 - Flusso del conversato da marzo 2019 a marzo 2020

1. Vedi Glossario

E-commerce del vino:

■ Mediante questo **secondo osservatorio**, sugli **e-commerce del vino**, e il monitoraggio di specifiche keywords del mondo del vino e degli e-commerce, comprese le applicazioni di informazione o vendita tramite smartphone, sono stati individuati un totale di **486 contenuti nell'ultimo anno**. Dopo una prima fase di analisi, i contenuti sono stati taggati e suddivisi per categorie d'argomento. Quella maggiormente presente riguarda gli e-commerce e le relative informazioni a riguardo, seguita successivamente da quella sugli eventi. Il **picco rilevato** è nel **mese di marzo** anche se ad aprile risulta un quantitativo elevato di contenuti che, in entrambi i mesi fanno **riferimento al Vinitaly**.

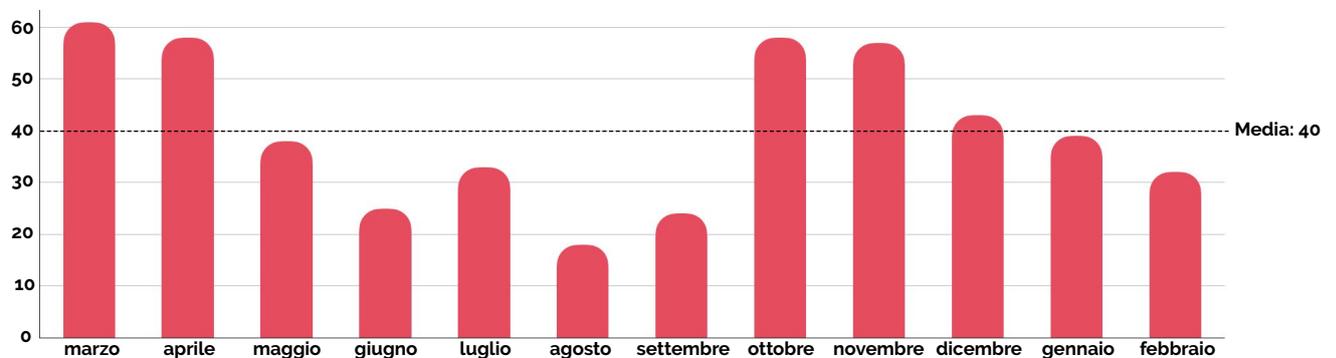


Fig.11 - Flusso del conversato da marzo 2019 a marzo 2020

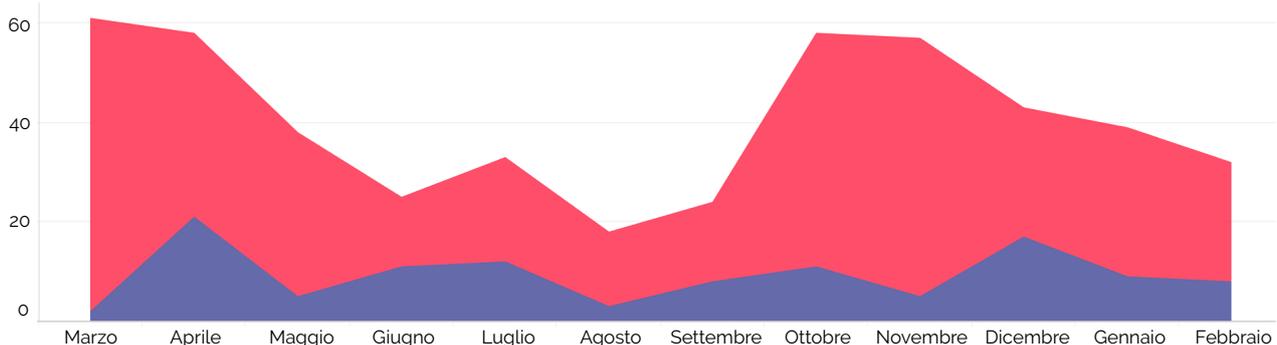


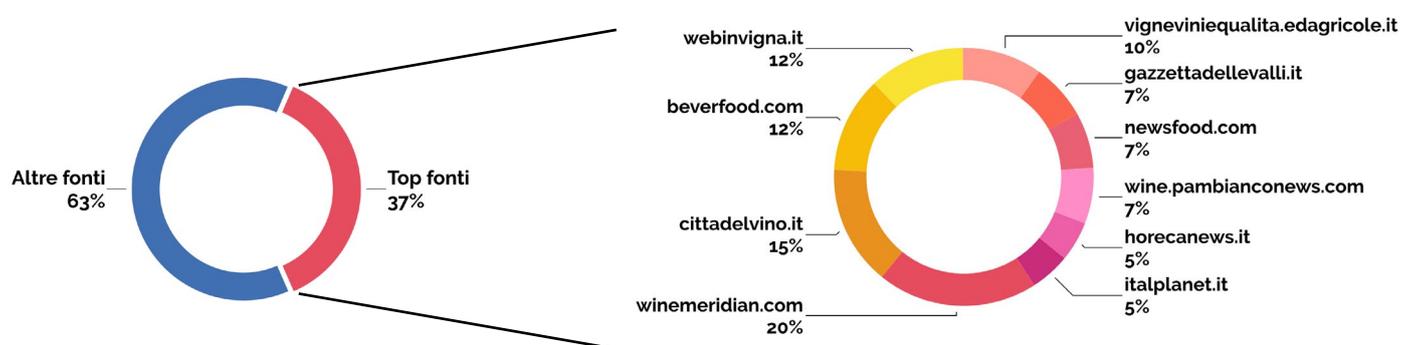
Fig.12 - Comparato del flusso del conversato da marzo 2019 a marzo 2020

■ E-commerce food & beverage ■ E-commerce del vino

Le top fonti:

E-commerce food & beverage:

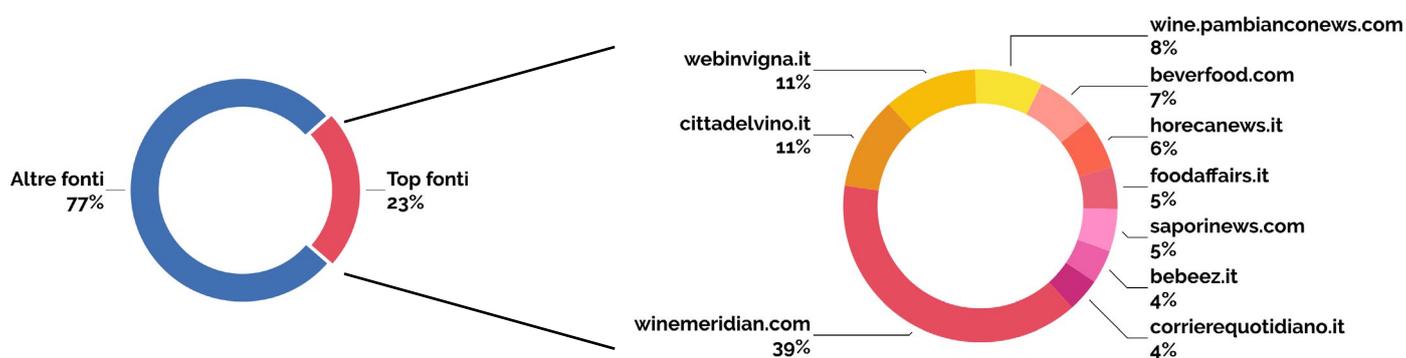
■ Di seguito sono riportate le principali top 10 fonti, di entrambi gli osservatori, raccolte da un basket di 40.000 certificate, con relativa descrizione e contenuti raccolti da ognuna, per rimanere aggiornati sul mondo del vino e degli e-commerce. Nel primo osservatorio (E-commerce food & beverage) le top fonti hanno prodotto il 37% dei contenuti raccolti e la maggior fonte risulta essere winemeridian.com.



Nome Fonte	Descrizione	Art. Tot. Raccolti
winemeridian.com	Quotidiano di notizie in italiano sul vino per tutti i player e gli amanti del vino.	8
cittadelvino.it	News dell'Associazione Nazionale Città del Vino, relative al territorio e attutto il mondo del vino.	6
beverfood.com	Beverfood.com è una testata giornalistica registrata che riporta quotidianamente le ultime notizie che riguardano il settore Beverage con un focus speciale su aziende, prodotti e i mercati.	5
webinvigna.it	Web in Vigna è un blog italiano dedicato al vino e alle sue nuove tecnologie.	5
vigneviniequalita.edagricole.it	VVQ Vigne, Vini & Qualità è la novità editoriale di Edagricole. Un sistema d'informazione professionale dedicato alla filiera vitivinicola che nasce dall'unione di due storiche riviste come VigneVini e VQ Vite, Vino & Qualità.	4
gazzettadellevalli.it	Testata giornalistica riguardante news dalle Valli Lombarde e Trentine	3
newsfood.com	Newsfood.com è la testata editoriale dell'agroalimentare. È informazione quotidiana sul web dall'Italia e dal mondo su tutto ciò che concerne la produzione e la distribuzione del comparto agroalimentare, della salute e del benessere del consumatore.	3
wine.pambianconews.com	PambiancoNews è il più autorevole e diffuso quotidiano on-line in Italia, dedicato ad imprenditori, manager ed opinion leader della moda e del lusso.	3
horecanews.it	Ho.Re.Ca è l'acronimo di Hotellerie, Restaurant, Catering. Horecanews.it tratta di una lunga serie di settori merceologici, categorie e sottocategorie affini alle tre appena citate.	2
italplanet.it	ItalPlanet è un magazine che si propone di promuovere l'Italia, offrendo agli imprenditori l'informazione necessaria per crescere ed affermarsi sui mercati mondiali e permettere alla comunità internazionale di avere costantemente una visione generale del Sistema Italia.	2

E-commerce del vino:

■ In questo secondo osservatorio (E-commerce del vino) le top fonti generano meno contenuti rispetto a quello precedente (solamente il 23%), ma tra di esse winemeridian.com (top fonte) acquisisce un peso maggiore (dal 20% al 39% dei contenuti delle top fonti).



Nome Fonte	Descrizione	Art. Tot. Raccolti
winemeridian.com	Quotidiano di notizie in italiano sul vino per tutti i player e gli amanti del vino.	43
cittadelvino.it	News dell'Associazione Nazionale Città del Vino, relative al territorio e attutto il mondo del vino.	12
webinvigna.it	Web in Vigna è un blog italiano dedicato al vino e alle sue nuove tecnologie.	12
wine.pambianconews.com	PambiancoNews è il più autorevole e diffuso quotidiano on-line in Italia, dedicato ad imprenditori, manager ed opinion leader della moda e del lusso.	9
beverfood.com	Beverfood.com è una testata giornalistica registrata che riporta quotidianamente le ultime notizie che riguardano il settore Beverage con un focus speciale su aziende, prodotti e i mercati.	8
horecanews.it	Ho.Re.Ca è l'acronimo di Hotellerie, Restaurant, Catering. Horecanews.it tratta di una lunga serie di settori merceologici, categorie e sottocategorie affini alle tre appena citate.	7
foodaffairs.it	Food Affairs è un quotidiano online dedicato alle iniziative di comunicazione, promozione, pubblicità, marketing, eventi e iniziative media nel food & beverage. Con un occhio di riguardo anche alle principali news su trend, carriere e food-tech.	6
saporinews.com	Testata giornalistica sul food&beverage con notizie riguardanti i luoghi del gusto e del bere, gli eventi dedicati e il design in cucina.	6
bebeez.it	BeBeez è una testata giornalistica online registrata che fornisce informazioni aggiornate sulle aziende italiane partecipate da fondi di private equity, venture capital e da business angel, anche a seguito di campagne di equity crowdfunding, o finanziate da investitori di private debt.	5
corrierequotidiano.it	Giornale nazionale di informazione online.	5

03

benvenuto nella tua Suite

La promozione e la vendita del vino passa all'e-commerce

Fonte: mangiaebev.it | monitorata dal 13 Feb. 2018

La promozione e la vendita del **vino** passa all'**e-commerce** - MangiaeBevi Grazie alle nuove piattaforme web di **e-commerce** il fatturato italiano potrebbe salire, ma non sempre i produttori vinicoli sembrano milioni di ettoltri (+12% rispetto al 2018). Ma per far sì che l'Italia mantenga il suo trend in positivo, non bisogna dimenticare di tenere i riflettori puntati sull'**e-commerce**. Una realtà che si sta sempre più sviluppando, soprattutto a

dell'**e-commerce** con la rappresentazione e la comunicazione dei prodotti ma anche dei bellissimi luoghi del vino, può aiutare in questo senso? Il Global Summit di Gambero Rosso: Vino 4.0 Distribuzione, Comunicazione, Promozione Strategie

sull'e-commerce, alcuni riconoscendo che non sempre vengono sfruttate le potenzialità delle piattaforme

Parole rilevanti: detto
Tags: Informazioni

canaleinglesi
castelli
enolò
whegler
crescita
enoteche
14.00
cantina
produttori
cantine
tannico
referenze
innovazione
malgrado

Tipologia fonti

Analisi qualitativa web

Approfondimenti tematici:

E-COMMERCE DEL VINO IN ITALIA

- L'e-commerce del vino in Italia presenta ancora un valore esiguo ma le più importanti piattaforme online continuano a crescere, a ricevere finanziamenti e si ampliano sempre di più nel mercato estero.



Rimane ancora indietro il nostro Paese: ad oggi l'Italia è una delle ultime nazioni per vendite online di vino sul mercato interno, ma risulta una tendenza in aumento. Come si è evinto anche dai contenuti emersi dall'osservatorio, la popolazione italiana preferisce ancora comprare il vino direttamente in cantina, le quali stanno aumentando le vendite

negli ultimi anni, arrivando a circa mezzo miliardo di euro nel complessivo.

Gli italiani sono ancora un po' diffidenti nei confronti dei canali online e, al tempo stesso, anche le cantine e le aziende risultano essere indietro su questo aspetto, infatti non sono molte quelle che si avvalgono di un proprio e-commerce.

Fonte: <https://www.mbres.it/it/publications/wine-industry-survey>



0,6% di vendite online di vino

Fonte: <https://www.mbres.it/it/publications/wine-industry-survey>



da 4 a 25 milioni di € dal 2013 al 2017

Fonte: <https://www.mbres.it/it/publications/wine-industry-survey>

E-COMMERCE DEL VINO IN ITALIA: I PLAYER

- I principali player italiani nel settore e-commerce del vino presentano un aumento delle vendite, soprattutto verso il mercato estero.



Prendendo in esame i principali 5 player italiani di vino si riscontra come siano in costante crescita di anno in anno. Infatti l'Italia, per vendite online di vini, si posiziona al quinto posto dietro a Gran Bretagna, Francia, Svezia e Russia.

Tannico detiene la fetta maggiore tra i suoi competitor con un fatturato di quasi 15 milioni di euro nel 2018 e un

aumento del 37% dal 2017.

Il caso più interessante è quello di Bernabei che dal 2017 al 2018 ha avuto un aumento delle vendite del 51% passando da 4,3 milioni a 6,5.

A seguire si trovano XtraWine a 5 milioni, con il più basso aumento rispetto ai suoi competitor, e poi Soundtaste e PVZ-Callmewine molto vicini a XtraWine.

Fonte: <https://wine.pambianconews.com/2019/04/online-alza-i-calici/184794>

Rank	Chef	2018	2017	Δ%
1	TANNICO	14,9	10,9	+37%
2	BERNABEI	6,5	4,3	+51%
3	XTRAWINE	5	4,6	+9%
4	SOUNDTASTE	4,9	3,8	+29%
5	PVZ-CALLMEWINE	4,7	3,9	+20%
	TOTALE	33,8	27,5	+23%

Fig. 13 - Quote dei principali e-commerce del vino italiani espresse in milioni di €



8 miliardi di dollari di vino venduto online nel 2018

Fonte: http://www.winemeridian.com/news_it/L_impatto_dell_e_commerce_sul_business_del_vino_3291.html



3,6% di quota online

Fonte: http://www.winemeridian.com/news_it/L_impatto_dell_e_commerce_sul_business_del_vino_3291.html

IL VINO ITALIANO NEL MERCATO CINESE

■ A livello mondiale la Cina è il quarto importatore di vino dietro a Germania, Regno Unito e Stati Uniti.



Le importazioni mondiali di vino nel 2018 hanno superato i 30 miliardi di euro. La Cina detiene una quota di circa il 10% del totale delle importazioni.

I maggiori Paesi esportatori in Cina sono la Francia che arriva a poco più di 1 miliardo di euro e l'Australia con oltre 700 milioni. Subito dietro il Cile a quasi 270 milioni e poi l'Italia con circa 170 milioni

e la Spagna con poco più di 160 milioni. Il dato interessante è il confronto tra Italia e Spagna con una quota quasi uguale ma l'Italia esporta 36 milioni di litri contro i 61 della Spagna. Risulta chiaro come il vino italiano nei prossimi anni possa dare una spinta in questo mercato che sulle vendite ad oggi conta molto sui canali e-commerce.

Fonte: <http://storiodelvino.it/il-vino-italiano-in-cina-vuole-accelerare/>

Paese	Volume (milioni di litri)	Valore (milioni di \$)
Francia	178,83	1.058
Australia	119,3	723,25
Cile	74,67	269,7
Italia	36,03	168,4
Spagna	61,2	162,1
USA	12,8	75,5
Sud Africa	9,8	32,9
Nuova Zelanda	2,52	28,77
Argentina	5,23	26,18
Germania	5,17	25,8

Fig. 14 - Import di vino in Cina



2,85 miliardi di dollari di importato in Cina nel 2018

Fonte: <http://storiodelvino.it/il-vino-italiano-in-cina-vuole-accelerare/>

AMAZON E CALZEDONIA

- I tre giganti, dell'e-commerce, della moda e delle vendite vinicole online, si aprono verso nuovi orizzonti nel mondo del vino.



Questi grandi player sono attenti al mondo del vino e alle sue evoluzioni. Amazon, infatti, in occasione dell'ultimo Black Friday ha deciso di lanciare sul mercato europeo una propria linea di vini a marchio Compass Road. Una sperimentazione su cinque vini diversi, tra i più amati dagli utenti, con proposte di prezzo accessibili a tutti. Un esperimento, quello di Amazon, per abituare col tempo i consumatori europei a comprare le bottiglie di vino online.

Per quanto riguarda Calzedonia, invece, col fatturato in crescita, il discorso è diverso perché, dopo il successo su scala nazionale del brand Signorvino, sta prendendo in considerazione di aprirsi ai mercati internazionali e portare all'estero l'eno-bistrot nato nel 2012. Per il gruppo infatti il 2019 registra un aumento del fatturato rispetto al 2018 e, risultano in aumento anche le vendite all'interno dell'e-commerce.

Fonte: https://www.corriere.it/economia/aziende/20_gennaio_27/spinta-calzedonia-export-quota-56percento-focus-sostenibilita-c94a9db6-413d-11ea-a133-84fd84fc9cfa.shtml

<https://igizmo.it/amazon-perche-la-prossima-frontiera-delle-commerce-e-il-vino/>



2,411 miliardi di € di fatturato nel 2019 (+4,7% dal 2018)

Fonte: https://www.corriere.it/economia/aziende/20_gennaio_27/spinta-calzedonia-export-quota-56percento-focus-sostenibilita-c94a9db6-413d-11ea-a133-84fd84fc9cfa.shtml



56% di quota di fatturato estero

Fonte: https://www.corriere.it/economia/aziende/20_gennaio_27/spinta-calzedonia-export-quota-56percento-focus-sostenibilita-c94a9db6-413d-11ea-a133-84fd84fc9cfa.shtml

Articoli di rilievo:

- Elencati qua sotto gli articoli di rilievo monitorati all'interno della piattaforma SocialMeter Suite, che hanno permesso un'analisi approfondita della tematica esaminata.

Bevande alcoliche: i 5 trends mondiali del 2020

E-commerce, health&wellness, eco-packaging, ginaissance, premiumisation: l'IWSR presenta le 5 tendenze globali che guideranno il mercato.

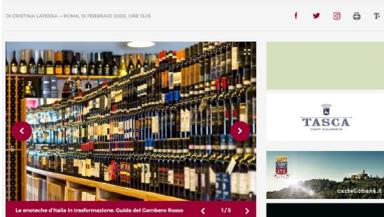


L'IWSR (International Wines and Spirits Record) prevede un aumento delle quote dei canali degli e-commerce nei prossimi anni e dà consigli da seguire su questa frontiera di vendita anche per i produttori di vino, che dovranno saper cogliere l'opportunità e sapersi innovare.

Fonte: http://www.winemeridian.com/news_it/bevande_alcoliche_i_5_trends_mondiali_del_2020_3864.html

Le enoteche d'Italia e la loro trasformazione. E ora arriva la Guida del Gambero Rosso

Sempre più luoghi di cultura e conoscenza del vino, oltre che di vendita e di consumo, si guadagnano un nuovo spazio, competendo con un fine a sé.



La guida di Gambero Rosso sulle enoteche italiane e, sulla loro trasformazione nei canali di vendita online e sulla costante sfida che si trovano ad affrontare con la GDO, che presenta il 62% delle vendite di vino consumato in Italia.

Fonte: https://winenews.it/it/le-enoteche-ditalia-e-la-loro-trasformazione-e-ora-arriva-la-guida-del-gambero-rosso_410494/

E-COMMERCE DEL VINO IN CRESCITA MA CON DIFFICOLTÀ

Il commercio di liquori e vini online è in crescita, ma con difficoltà. I consumatori preferiscono ancora assaggi, degustazioni e acquisti dal produttore o nella Gdo.



Un'analisi sulla complementarità dei canali online e dei canali offline, di come i primi aiutino le cantine ad essere più visibili e far conoscere i propri vini pur non avendo necessariamente un proprio e-commerce.

Fonte: <https://www.newsfood.com/vino-ecommerce-in-crescita-ma-con-difficolta/>

Gli italiani comprano poco vino online

Il mercato del vino online in Italia si preferisce ancora assaggi, degustazioni e acquisti dal produttore o nella Gdo.



Un trend interessante che mette in luce la tendenza degli italiani a comprare il vino presso le cantine o le enoteche piuttosto che sugli e-commerce. Molte volte ciò avviene dopo eventi specifici di degustazione di vini o di visite in cantina in cui il cliente è direttamente a contatto con l'azienda vitivinicola.

Fonte: <https://www.corrierenazionale.it/2020/02/03/gli-italiani-comprano-poco-vino-online/>

Eventi di settore:

■ Di seguito gli eventi riguardanti il mondo del vino più menzionati nei due osservatori della piattaforma SocialMeter Suite aggiornati all'1 marzo 2020.

VERONA



VINITALY

Uno dei più importanti eventi a livello internazionale per i produttori e le cantine vitivinicole, che si tiene ogni anno ad Aprile nella fiera di Verona.

Fonte: www.winemeridian.com/news_it/veronafiere_vinitaly_conferma_la_data_nella_terza_decade_di_aprile_2020_19_22_3914.html

WINE2WINE

La manifestazione è un punto di riferimento sia per i produttori sia per una grande varietà di professionisti del settore del vino.

Fonte: <https://blog.xtrawine.com/wine2wine-2019-sostenibilita-sociale-nella-wine-industry-il-25-e-26-novembre-a-verona/>

BORDEAUX



VINEXPO

Vinexpo Bordeaux è la fiera internazionale dedicata ai vini e agli alcolici. L'evento ha dato la priorità alla qualità, alla performance e alla pertinenza dei suoi contenuti piuttosto che a un'inflazione senz'anima della superficie.

Fonte: <https://www.lamadia.com/appuntamenti/vinexpo-bordeaux/>

NIZZA



ITALIE A TABLE

Nell'evento Italie à Table tenuto a Nizza dal 7 al 10 maggio 2019 i vini dei Castelli Romani hanno ottenuto moltissimo successo ricevendo numerose richieste da wineowine.it e da Foody Experience con la sua filosofia di turismo esperienziale che ha suscitato grande interesse tra i partecipanti.

Fonte: www.winechannel.it/web/frascati-doc-e-superiore-dcog-eco-bio-conquistano-il-mercato-francese-decisiva-la-partecipazione-a-litalie-a-table-di-nizza/

SHANGHAI



VINEXPO

La prima edizione di Vinexpo Shanghai ha visto la partecipazione di 260 espositori provenienti da 19 paesi differenti. Un importante evento per tutti i produttori mondiali per presentare i propri prodotti su un mercato che, nell'ultimo anno ha avuto un calo di importazioni, ma secondo l'IWSR nel 2021 i vini importati supereranno quelli locali.

Fonte: www.winemeridian.com/news_it/a_vinexpo_shanghai_va_in_onda_la_rivoluzione_del_vino_in_cina_3523.html

ROMA



BREXIT: ALTA QUALITÀ DEI VINI ITALIANI

Una ricerca dell'Istituto Grandi Marchi e Wine Monitor di Nomisma, presentata a Roma, rileva che i vini italiani top label non ne risentirebbero negli acquisti d'oltre manica.

Fonte: <https://www.bereilvino.it/2019/12/brexit-alta-qualita-dei-vini-italiani-motore-di-ottimismo/>

MERANO



WINE FESTIVAL

La 28ª edizione di Merano WineFestival dedica grande spazio alla cultura e all'approfondimento legati al mondo del vino, tra passato, nuove generazioni e innovazione.

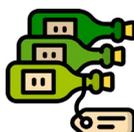
Fonte: <https://cloudwine9.com/2019/11/27/la-28-edizione-di-merano-winefestival/>

Canali di vendita online più menzionati:

■ Infine, sono stati estrapolati dagli osservatori della piattaforma SocialMeter Suite tutti i differenti canali di vendita del vino e non, di seguito riportati per numero di menzioni ottenute.



E-commerce (78%)



**Enoteche/ Cantine/
Negozi (14%)**



GDO (8%)

E-commerce:

Amazon



1.

23%

Amazon.com, Inc. è un'azienda di commercio elettronico statunitense; è la più grande Internet company al mondo.

Tannico



2.

22%

Tannico.it è la più grande enoteca online specializzata nella vendita di vini italiani ed esteri, distillati, birre artigianali e champagne.

Alibaba



3.

10%

Alibaba Group è una multinazionale cinese privata composta da una serie di società attive nel campo del commercio elettronico tra cui il mercato online.

Vivino



4.

8%

Vivino è la comunità di amanti del vino e l'enoteca online più grande del mondo.

Vino75



5.

6%

VINO75 è un'enoteca digitale specializzata, punto di riferimento per la vendita di vini di qualità online.

Xtrawine



6.

5%

XtraWine è un'enoteca online realizzata grazie alla collaborazione e l'entusiasmo di un gruppo di amici sommelier, informatici e imprenditori, uniti dalla passione per il buon vino.

Wineowine



7.

4%

Wineowine è l'Enoteca Online con grandi vini di piccole cantine selezionate a prezzi scontati.

Enosocial



7.

4%

Enosocial è un'app dedicata agli amanti del vino e agli enoturisti.

Pvz - Callmewine



8.

3%

Callmewine è un'enoteca specializzata nella vendita di vino online, è nata dalla passione per il vino e per il mondo che lo circonda.

Ebay



9.

2,5%

eBay Inc. è un sito di vendita e aste online fondato nel 1995.

Le due Sicilie



9.

2,5%

Le Due Sicilie vuole unire gli ideali storici della Sicilia e della Calabria, attraverso la commercializzazione di prodotti tipici locali di qualità.

Bernabei

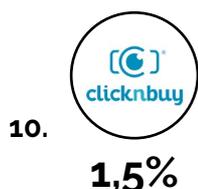


10.

1,5%

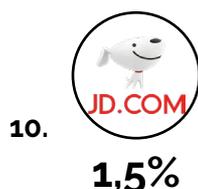
Uno degli e-commerce di vini più importanti in Italia, ma il gruppo Bernabei è anche leader nella distribuzione all'ingrosso di vini e liquori.

Clicknbuy



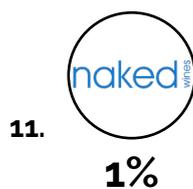
Clicknbuy è l'applicazione che ti consente di acquistare prodotti enogastronomici dai produttori/venditori al prezzo da loro direttamente inserito.

JD.com



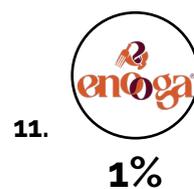
JD.com è una piattaforma per l'e-commerce che può vantare una gamma di prodotti incredibilmente ampia che include categorie quali i cosmetici, il cibo fresco, abbigliamento, e molto altro.

Nakedwines



Naked Wines è un rivenditore di vino online lanciato nel Regno Unito nel dicembre 2008.

Enooga



Selezione di eccellenze del territorio, prodotti alimentari di qualità: Prodotti da forno, Conserve, Birra, Salumi, Formaggi, Dolci tipici, Olio EVO, Vino.

Vinodalproduttore



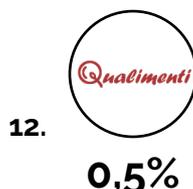
Vinodalproduttore propone vini di produttori italiani che si sono distinti nel tempo per la passione e la serietà del proprio lavoro.

Soundtaste



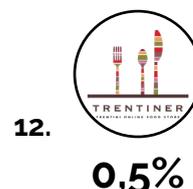
Sound Taste è l'enoteca online che offre il miglior rapporto qualità/prezzo con un ricco catalogo dell'eccellenza vinicola italiana ed estera.

Qualimenti



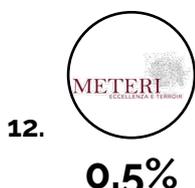
Su Qualimenti, produttori di beni gastronomici ed enologici propongono online le loro specialità tramite una vetrina.

Trentiner



Trentiner è un'azienda dedicata all'enogastronomia trentina per far conoscere attraverso una piattaforma internet di e-commerce le specialità tipiche del Trentino.

Meteri



Meteri ricerca e seleziona vini naturali, artigianali e territoriali. Più di 300 Vini Naturali, Biologici e Biodinamici Da Tutta Europa.

Wineshop



Leader nella vendita di vino online, unico sito italiano nella classifica delle migliori enoteche online della Bordeaux Management School.

Enotecche/Cantine/Negozi:

Signorvino



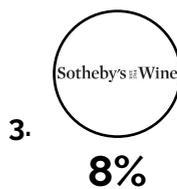
Signorvino è un'enoteca e un wineshop specializzato nella vendita di vino 100% italiano di qualità e degustazioni.

Eataly



Eataly è una catena di punti vendita di medie e grandi dimensioni specializzati nella vendita e nella distribuzione di generi alimentari italiani.

Sotheby's wine



Sotheby's Wine offre una selezione dei migliori vini del mondo, sia al dettaglio che all'asta.

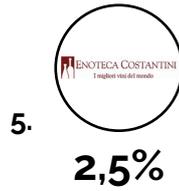
Gustorotondo



Gustorotondo è il web store, emporio gastronomico online, che offre un'attenta e accurata selezione di prodotti tipici italiani di alta qualità, eccellenze autentiche della gastronomia made in Italy provenienti da piccoli e medi produttori

Pasqua vini

Pasqua Vigneti e Cantine è una storica azienda di produzione di vini veneti e italiani di qualità.

Enoteca Costantini

Storica Enoteca Romana, Vendita vino Online delle Migliori Cantine a prezzi eccezionali.

Cantina Giovanni Ederle

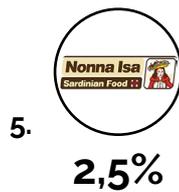
Giovanni Ederle, viticoltore di Verona, della Cantina che produce Amarone della Valpolicella più vicina al centro della città.

Svinando

Svinando è il primo wine club dedicato alla vendita online di vino di qualità.

Bbuono

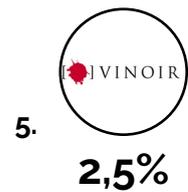
Bbuono è un e-commerce di vendita online di prodotti tipici bresciani e del Lago di Garda.

Nonna Isa Italian Food

L'e-commerce del Gruppo ISA ha l'obiettivo di portare nel mondo i prodotti sardi.

Winemust

Winemust.com è la migliore enoteca online dove acquistare vini delle migliori cantine italiane e francesi a prezzi imbattibili.

Vinoir

Vinoir Milano, la prima enoteca con vini naturali che è anche bistrot con un e-commerce dedicato.

Serafini & Vidotto wine shop

Vendita online dei vini della cantina Serafini & Vidotto.

GDO:**Despar**

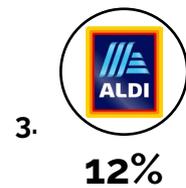
Despar è il supermercato di quartiere. Di piccole dimensioni, è l'ambiente perfetto per la spesa giornaliera.

Esselunga

Esselunga S.p.A. è una società italiana operante nella GDO nell'Italia settentrionale e centrale con supermercati e superstore.

COOP

Coop Italia è un sistema di cooperative italiane, il quale gestisce una rete di superette, supermercati ed ipermercati.

Aldi

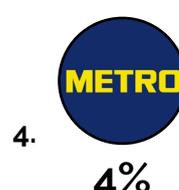
ALDI è una multinazionale tedesca attiva nel settore della GDO, ed è una delle principali aziende del mondo nel suo settore.

Lidl

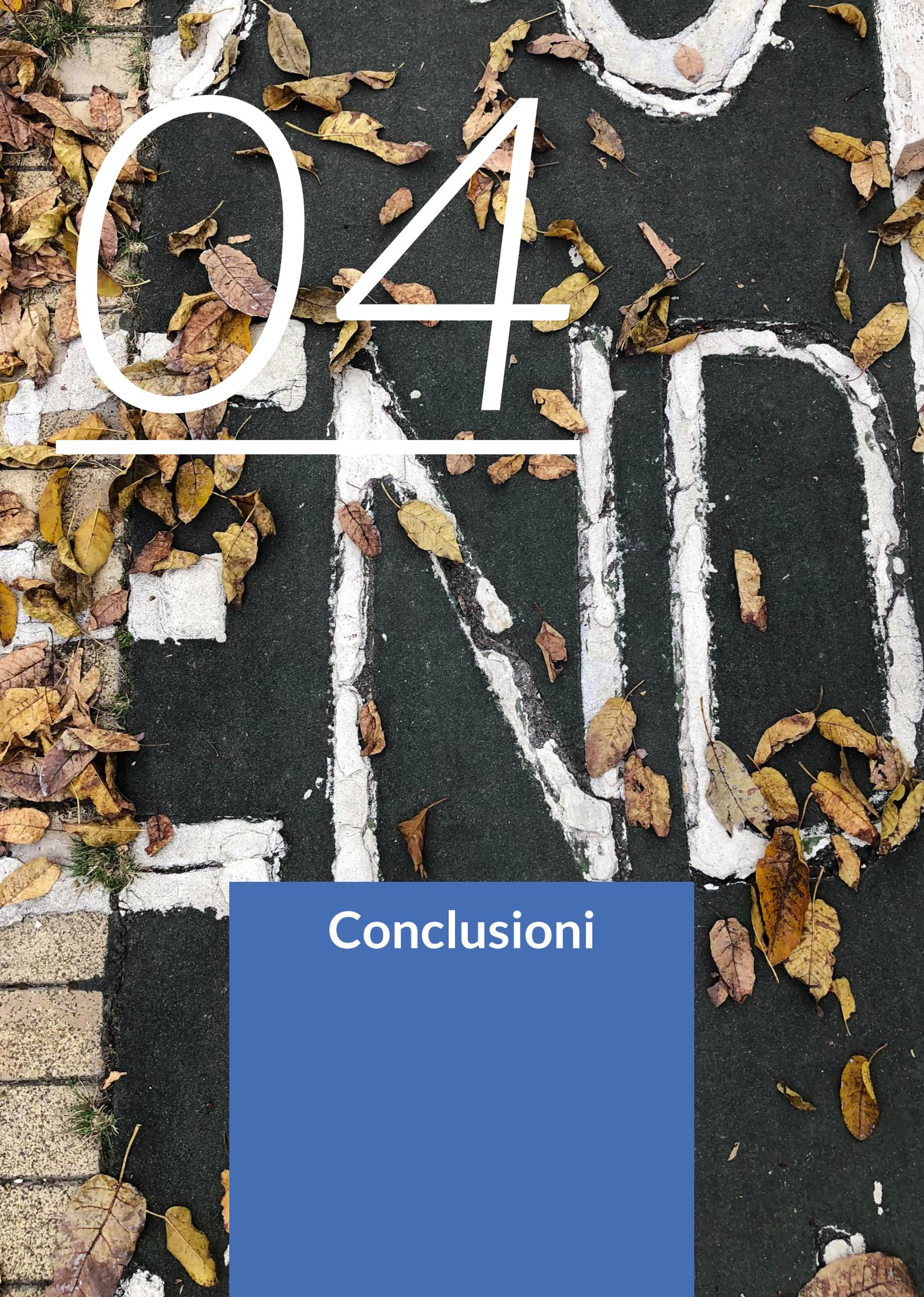
Lidl è una catena europea di supermercati di origine tedesca.

Eurospin

Eurospin Italia S.p.A. è un'azienda italiana della GDO di alimentari e generi di largo consumo del canale discount.

Metro Italia

Leader nel commercio all'ingrosso e nel settore alimentare.



04

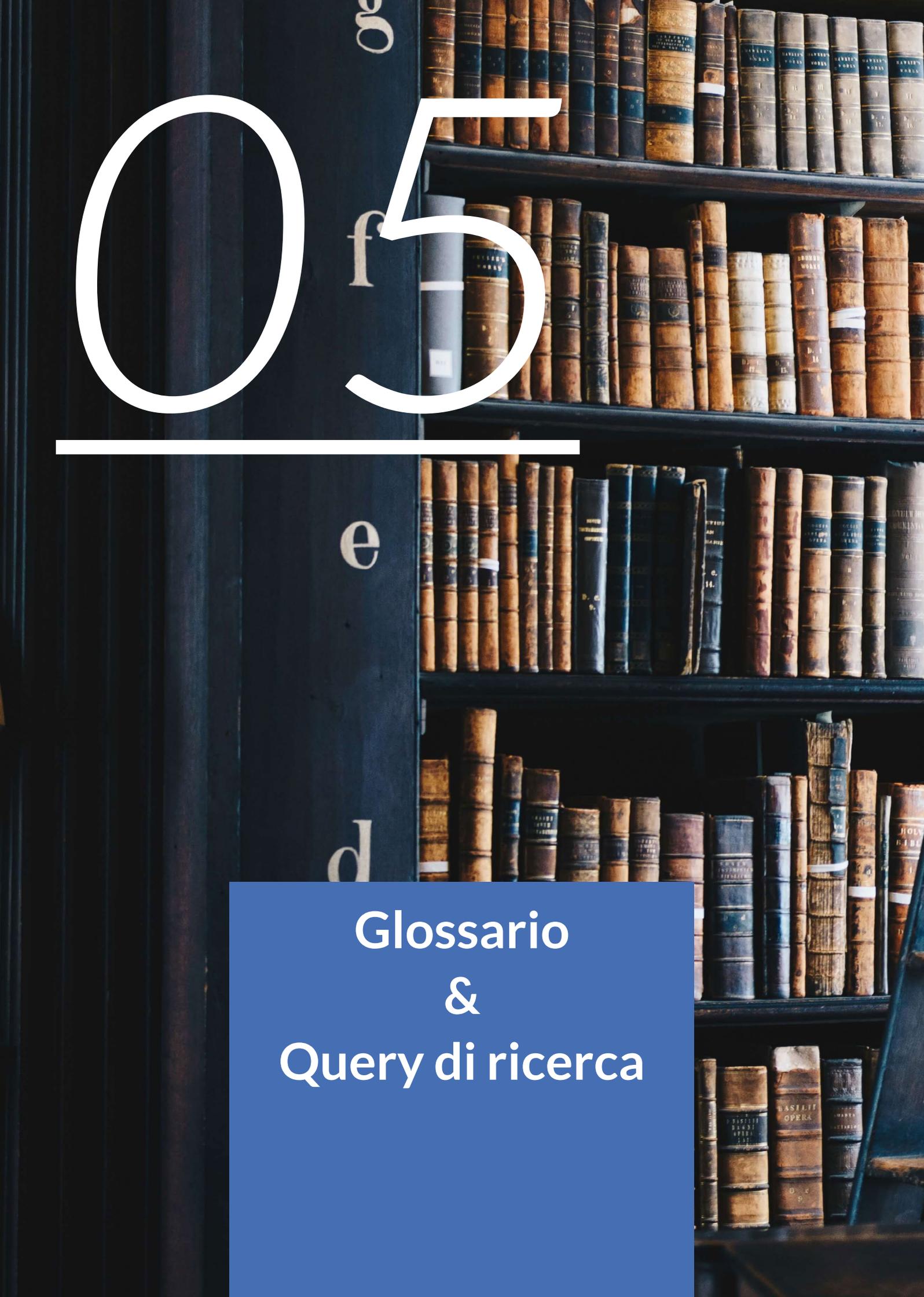
Conclusioni

Conclusioni:

- L'analisi evidenzia una crescita di anno in anno dell'export mondiale di vini che, nel 2018, supera i 32 miliardi di euro.
 - Per quanto riguarda l'Italia, invece, risulta essere il secondo esportatore di vini a livello mondiale, dopo la Francia, con il mercato principale che sono gli Stati Uniti. Oltre agli export, negli ultimi anni, sono cresciute anche le vendite all'interno dei principali e-commerce italiani con la maggior quota detenuta da Tannico, il player più importante nel territorio con un fatturato di quasi 15 milioni di euro nel 2018.
 - Pur essendo cresciute le vendite online per i vini, l'Italia rimane ancora uno di quei Paesi in cui le persone preferiscono partecipare a eventi di degustazione o di visite in cantina per poi, al termine dell'evento o in un secondo momento, comprare direttamente dal produttore o dall'azienda vinicola il vino che più è piaciuto.
 - Dal monitoraggio web è, inoltre, emerso come in Cina negli ultimi anni stia aumentando la vendita di vini all'interno degli e-commerce e di come anche i giovani si stiano sempre più avvicinando a questo mercato e a questa tipologia di vendita.

Risulterà, pertanto, significativo per un Paese come l'Italia aumentare il proprio export nel mercato asiatico, ad oggi infatti l'Italia è solamente il quarto importatore di vino in Cina dietro a Francia, Australia e Cile.

- Già tramite eventi di settore organizzati a Hong Kong (Hong Kong International Wine & Spirits Fair) e Shanghai (Vinexpo Shanghai) l'Italia può aumentare la quota di export e la vendita all'interno degli e-commerce, che in Cina stanno sempre più prendendo piede, soprattutto tra i giovani grazie alle nuove tecnologie dei social network per l'integrazione di siti online e l'acquisto diretto.
- In Italia sempre più cantine, enoteche e negozi di alimentari si stanno affacciando al mondo della vendita online e, pertanto, risulta necessaria per loro una comunicazione che possa spingere sempre più persone a comprare in e-commerce piuttosto che direttamente in loco.
- Infatti, come monitorato sul web, tramite la piattaforma, sono sempre di più i piccoli e grandi produttori che si stanno affacciando al mondo dell'e-commerce e delle vendite online.



05

Glossario
&
Query di ricerca

SocialMeter Suite

SocialMeter Suite è la piattaforma di Big Data analysis di Maxfone che permette, attraverso i diversi moduli, di analizzare, visualizzare e trarre valore immediato dalla grande mole di dati presenti sul web e sui social media. La Suite si basa sulla metodologia SocialMeter che, forte del primo brevetto italiano in Big Data analysis, utilizza tutte le più recenti tecnologie di Big Data Mining e Analytics.

ActiveBrand 24

Tramite il modulo ActiveBrand 24, con un inserimento di una query di ricerca, ovvero di parole chiave che servono ad identificare una tematica specifica che si vuole andare a monitorare, la piattaforma rilascia i risultati di tale ricerca con uno storico di 6 mesi dal giorno in cui è stato fatto partire l'osservatorio.

Gli **articoli web** mostrati dalla piattaforma talvolta contengono al loro interno dati sporchi, cioè articoli che includono una delle parole della query di ricerca ma che non sono inerenti con il focus del progetto.

Dobbiamo comprendere quindi che il numero totale degli articoli trovati dal sistema di crawling non corrisponde al numero effettivo di articoli riguardanti il focus

che si vuole approfondire, si tratta invece di un dato quantitativo che dovrà poi essere analizzato.

Pertanto, come primo passaggio risulta necessario ripulire l'osservatorio da tutti gli articoli non inerenti con la ricerca, al fine di ottenere il dato quantitativo reale degli articoli relativi al tema d'analisi.

Successivamente a questa fase, si possono implementare diverse operazioni volte alla suddivisione in categorie degli articoli trovati.

A questo punto inizia il processo d'analisi vero e proprio in cui, tramite i contenuti ripuliti, si esegue un'analisi qualitativa dei dati raccolti.

Query

Con query indichiamo le parole chiave scritte secondo uno specifico linguaggio che l'interrogazione da parte del nostro database al fine di estrarre gli articoli contenenti le parole ricercate.

La scrittura delle query avviene seguendo il modello booleano, il quale consente di sviluppare delle ricerche complesse all'interno dell'osservatorio.

Esempio dei principali operatori (da inserire in MAIUSCOLO, tra le parole da ricercare in minuscolo):

parola1 AND parola2 -> mostra i contenuti che nel testo contengono la parola1 e la parola2

parola1 OR parola2 -> mostra i contenuti che nel testo contengono o la parola1 o la parola2

parola1 NOT parola2 -> mostra i contenuti che nel testo contengono la parola1 ma non la parola2

Osservatorio - Focus E-commerce 1:

Query: "ecommerce enogastronomici"~5 OR ("e commerce" AND "eno gastronomici") OR ("e-commerce" AND "eno-gastronomici") OR "e-commerce vino"~10 OR "e-commerce vini"~10 OR "e-commerce birra"~10 OR "e-commerce birre"~10 OR "e-commerce distillati"~10 OR "e-commerce insaccati"~10 OR "e-commerce paste"~10 OR "e-commerce food&bevarege"~10 OR "e-commerce confetture"~10 OR "e-commerce liquore"~10 OR "e-commerce liquori"~10 OR "e-commerce dolci"~10

Osservatorio - Focus E-commerce 2:

Query: (vin? AND ("e commerce"~ OR "ecommerce")) OR "vino app"~10 OR "vino smartphone"~10 NOT (sponsored)

06



Metodologia

La rete rende disponibile un'enorme quantità di dati, grezzi e destrutturati, che necessitano di essere raccolti ed elaborati per essere tramutati in informazioni utili.

In una prima fase, algoritmi di crawling raccolgono questi dati che vengono acquisiti al fine di essere analizzabili per rispondere a specifiche richieste. In questa fase viene effettuata una qualificazione delle fonti web.

I dati raccolti dalla rete (web, social, forum, blog, ecc.) si definiscono dati acquisiti, che attraverso la piattaforma SMA Meter sono elaborati, organizzati e visualizzati per essere trasformati in informazione, pronti per una successiva analisi da parte degli analisti o del cliente.

La ricerca può essere costantemente ricalibrata attraverso i filtri o le chiavi di ricerca affinché l'output sia in linea con le necessità del cliente, in un processo che si può definire adattivo.

Le informazioni sono dunque analizzate strategicamente dagli analisti di Maxfone, il cui intervento consulenziale permette di produrre un'analisi quantitativa (data analytics) e qualitativa (analisi semantica) che rappresenta il valore aggiunto della filosofia SocialMeter Suite. L'output che ne risulta è dunque conoscenza strategica per il cliente.



Più nello specifico, la nostra metodologia è rappresentabile con il seguente flusso:

- Data mining
- Data analytics
- Analisi qualitativa semantica e semiotica
- Supporto strategico

La fase di data mining consiste in tutte le attività volte all'estrazione di dati disaggregati e non strutturati da una indefinita quantità di fonti.

Il processo di data analytics si concretizza nell'analisi quantitativa del dato pulito attraverso processi di business intelligence.

La fase del processo dedicata all'analisi qualitativa (semantica e semiotica) si basa su tecniche di text mining e image recognition, supportata da un intervento umano al fine di creare un valore aggiunto. Il processo di analisi è quindi reso possibile dalla tecnologia abilitante in congiunzione con l'intervento umano.

Il supporto strategico rappresenta l'output finale utile al cliente, espresso sotto forma di report o infografica.

Il metodo di acquisizione, monitoraggio e analisi dati di Maxfone detiene il primo brevetto italiano in Big Data Analysis (brevetto n°1020015000040566).

07



Codice Etico

Etica e Big Data

L'introduzione di un insieme di tecnologie e di metodologie di analisi di dati massivi, per scoprire i legami tra fenomeni diversi e prevedere quelli futuri, ha acuito la necessità di stabilire sistemi di analisi e di generazione di conoscenza che tengano conto dei principi etici fondamentali che dovrebbero regolare la convivenza civile.

Ci riferiamo, in particolare, ai Big Data e alla capacità di estrapolare, analizzare e mettere in relazione tra loro un'enorme quantità di dati eterogenei – strutturati e non strutturati.

Riteniamo che l'uso dei Big Data, se orientato all'analisi e alla ricerca e in linea con la protezione della privacy, sia un ottimo strumento per le persone, per la società e per le imprese.

Ispirandoci a quanto contenuto nell'Ethical Checklist[16] abbiamo individuato, anche con l'aiuto di consulenti esperti esterni all'azienda, i principi fondamentali per lo sviluppo di una metodologia che definisse i parametri rilevanti per tutto il ciclo di "lavorazione" del dato, dall'acquisizione all'analisi finale.

L'innovazione esponenziale degli ultimi anni ha inciso in modo decisivo nello sviluppo dell'analisi dei Big Data; in effetti, mutamenti costanti ed evoluzioni tecnologiche ci obbligano costantemente al monitoraggio dei parametri rilevanti al fine di comprendere quali siano gli opportuni compromessi che permettano di integrare le questioni etiche nei processi di selezione ed esplorazione dei dati.

Nell'attuale versione del codice etico, questi parametri sono posti alla nostra costante attenzione:

- **Trasparenza (transparency)** – possibilità da parte dell'utente di sapere e controllare quali dei propri dati vengono memorizzati e come vengono utilizzati;

- **Responsabilità (accountability)** – capacità di un fornitore di dati di controllare che questi vengano usati in modo corretto secondo regole prestabilite; assicurare comprensibilità e interpretabilità dei risultati;
- **Equità (fairness)** – può essere considerata come non discriminazione o non polarizzazione (bias) dei risultati (per esempio con un ordinamento prioritario eticamente scorretto);
- **Autorevolezza (reliability)** – garanzia della qualità della sorgente in termini di origine (provenance) dei dati che mette a disposizione, della loro autenticità (ad esempio facendo uso di metadati);
- **Diversità (diversity)** – differenziazione delle sorgenti per evitare polarizzazioni;
- **Qualità dei dati (data quality)** – principalmente precisione, accuratezza, completezza, correttezza, tempestività di aggiornamento;
- **Protezione dei dati (data protection)** – sicurezza e privacy in conformità con le normative vigenti.

La nostra metodologia introduce per la prima volta nel mercato un modello articolato con fasi specifiche:

- Selezione delle sorgenti contenenti i dati di interesse ai fini della ricerca o dell'analisi che si desidera svolgere;
- Integrazione dei dati contenuti nelle sorgenti pertinenti all'obiettivo di interesse;
- Estrazione della conoscenza, mediante il metodo, o i metodi, più appropriati.

EUROPA

Maxfone S.r.l.

Via Copernico, 38
20124 Milano (MI), Italia

Lungadige Galtarossa, 21
37133 Verona (VR), Italia

E: info@socialmeter.it
www.socialmeter.it
[#socialmeter](https://twitter.com/socialmeter)

USA

Instant Media Analyzer Inc.

10101 Hosta Cove
78570 Austin, Texas

E: info@instantmedianalyzer.com



#socialmeter

#vino #ecommerce #bigdata