


 In

Annunci Google

[Champagne](#) [Consulenza Marketing](#) [Cantine Vini](#) [Champagne on Line](#) [Produttori Vini](#)

HOME CHI SIAMO CONTATTI MAPPA SITO NEWS [twitter](#) Mercoledì, 15 Dicembre 2010 - Ore 12:24

Vini e Sapori: News dal mondo dell'Enogastronomia

Segnala a VinieSapori.net

GROUPON Shopping

Fino al 70%

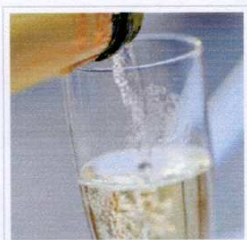
Tutte le Offerte

-  Camicie
-  Stivali
-  Sneaker
-  Borse
-  Orologi
-  Felpe
-  Borsette
-  Occhiali



Hotel La Punta ***
Otranto (Le)
... a 50 m. dal mare





Annunci Google
[Boutelle De Champagne](#)
[Champagne Box UK](#)
[Strategia Marketing](#)
[Marketing Aziendale](#)
[Olio Abruzzo](#)



15 Dicembre 2010 - 11:52
NOVITA' DAL MONDO - Letto: 17 volte

Lo Champagne e la creazione del valore: il successo di una squadra che ha condiviso un sogno

La chiave di volta del successo dello Champagne sta nella capacità dei produttori di fare fronte comune da oltre un secolo per la difesa e la valorizzazione del loro vero patrimonio: il nome Champagne e la sua reputazione.

 Rss  Invia a un amico  Condividi su Facebook  Condividi su Twitter

Lo Champagne non è certo passato indenne attraverso la crisi, tuttavia resta un prodotto senza veri rivali sulla scena competitiva internazionale. A renderlo il caso di marketing vinicolo più importante del mondo oltre che una vera icona di tutti i tempi è certo un perfetto mix di elementi.

Ha sicuramente un ruolo fondamentale l'eccellente qualità del prodotto, ma non è tutto e per capire meglio i meccanismi che stanno alla base di questa meravigliosa "case history" Maurizio Rocchelli, studio di consulenza specializzato nel settore vinicolo, ha commissionato all'Università degli Studi di Pavia un'indagine sulle "Strategie di marketing delle aziende vitivinicole nella regione della Champagne".

1.500 anni di storia, 34.000 ettari, 3,7 miliardi di euro di giro d'affari, oltre 15.000 vigneroni che complessivamente possiedono quasi il 90% dei vigneti di Champagne e 325 grandi e piccole maisons, che commercializzano il 66% del prodotto, pur essendo proprietari solo di poco più del 10% del vigneto. Questi i numeri dello Champagne, di cui fanno parte operatori molto diversi per forma societaria, proprietà del vigneto, dimensione aziendale, capacità produttiva e orientamento strategico.

Eppure a prevalere nel gioco dei singoli e diversissimi interessi è la regia delle organizzazioni di tutela e valorizzazione del prodotto, tra le quali l'esempio più forte è senz'altro quello del CIVC - Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne. Pensate come luogo in cui gestire le tensioni per arrivare ad un equilibrio di valorizzazione comune a livello produttivo, economico-sociale, ambientale e di marketing, queste organizzazioni sono un caso più unico che raro nel panorama vinicolo internazionale e rappresentano il vero punto di forza di questa regione, che con ferrea determinazione non perde mai di vista l'obiettivo comune a cui ogni particolarismo deve sottostare a partire dalla corretta difesa, promozione e valorizzazione del nome Champagne.

Questa attività, rivolta fortemente verso l'esterno è attuata anche grazie ad una rete di appassionati ambasciatori internazionali, tra i quali il milanese Marco Chiesa, neoeletto Ambasciatore Europeo dello Champagne che, consultato dalla Maurizio Rocchelli, conferma: "Il mondo dello Champagne ha una straordinaria caratteristica: è composto da persone assai differenti tra loro, che rispecchiano tale differenza nei vini che producono e guidano aziende di dimensioni estremamente diverse, inserite in contesti che spesso hanno poco in comune, eppure lottano tutti, perfettamente uniti, per lo stesso obiettivo. Certo, non sono mancati, oggi come in passato, i momenti di contrasto, ma vengono sempre risolti in nome dello Champagne, visto non solo come grande vino, ma come supremo patrimonio comune".

Maurizio Rocchelli è uno studio di consulenza per la pianificazione e la gestione di progetti di sviluppo per il settore vinicolo e alimentare. A Milano dal 1980, aiuta le aziende a sviluppare il mercato, ottimizzare le vendite e rafforzare l'identità e il valore della propria marca.

Annunci Google [Olio Veneto](#) [Sigeip Rimini](#) [Olio Molise](#) [Olio Sicilia](#) [Olio Natale](#)

LE ULTIME NOTIZIE

Il Movimento Turismo del Vino rappresenterà l'enoturismo italiano alla prossima edizione dell'International Wine Tourism Conference and Workshop in Portogallo
Pubblicato il: 15 Dicembre 2010 - 12:18

Maltempo, Cia: il grande freddo distrugge le coltivazioni di ortaggi
Pubblicato il: 15 Dicembre 2010 - 12:15

Natale, Cia: le tavole delle feste rilanciano il vino "made in Italy"
Pubblicato il: 15 Dicembre 2010 - 12:14

LE NOSTRE RUBRICHE

NOVITA' DAL MONDO

MANIFESTAZIONI ED EVENTI

SEMINARI E CONVEGNI

PUBBLICAZIONI E RIVISTE

ITINERARI E DEGUSTAZIONI

LEGGI E REGOLAMENTI

Annunci Google

Corsi Operatore Sociale

Per Lavorare con Bambini, Anziani, Disabili e Tossicodipendenti.
www.Istituto-Cortivo.com/S...

Gestione Commerciale

Gestione Marketing Aziende Mercato Italiano ed Estero
www.gefran.biz

Cassette e cesti Natale

idee per regali di Natale Confezioni, ceste e cassette regalo
www.enotecadelfrate.it

Web Reputation Management

Monitoraggio, Analisi e Consulenza Per Gestire la Reputazione Online
AboutYou.it/TSW_Strategies

A Natale regalo originale

Olio novello Extravergine lucano di alta qualità: compra on line!
www.lamajarca.it/shoponline

ARTICOLI PIU' LETTI DEL MESE

22-11-2010 Le novità natalizie proposte da "La Cucina Italiana" on line