



COMUNICATO STAMPA

Le tendenze sui social media durante Vinitaly

BOLLICINE REGINE SOCIAL E CINA IN POLE

Boom di conversazioni social su Vinitaly 2017. La Cina emerge come Paese più citato; spumanti e prosecco spodestano il rosso, raccogliendo il maggior interesse. Lo rivela l'indagine social di Gambero Rosso e Almaxwave, che inaugurano così una partnership nel segno dell'innovazione.

Roma, 10 aprile 2017 – Vinitaly 2017 si inaugura con un boom di conversazioni social: oltre 21 mila quelle monitorate con un +205% nella giornata di ieri, all'apertura del Salone internazionale di vini e distillati, in corso a Verona, rispetto alla media della settimana precedente. A conferma dell'interesse, l'hashtag #Vinitaly2017 è stato condiviso 11.599 sui canali Twitter, Facebook e Google+.

Le bollicine la fanno da padrone nel riscuotere l'attenzione dei frequentatori dei social. Sveltano tra le tipologie di vino, con il 37% delle citazioni, rispetto al 29% del rosso, il 19% del rosato e il 14% del bianco. Dall'analisi, inoltre, emerge nettamente la Cina, che appare nel 50% delle conversazioni riguardanti i mercati esteri e stacca gli Stati Uniti, attestati sul 18% e la Francia ferma al 5%.

E' quanto risulta dai primi dati dell'indagine realizzata da Gambero Rosso e Almaxwave sui canali social nella settimana di Vinitaly 2017, che proseguirà fino al termine della manifestazione. La più grande casa editrice di cibo-e-vino in Europa e la società di innovazione tecnologica di Almaxviva, Gruppo ICT leader in Italia nell'agrifood, hanno messo a fattor comune le rispettive competenze per realizzare una panoramica globale di quanto emerge dall'universo social su temi, opinioni e tendenze legati al vino, una delle riconosciute eccellenze italiane.

Grazie alla piattaforma proprietaria di analisi del linguaggio naturale e dei Big Data di Almaxwave, l'indagine ha raccolto tutte le interazioni legate all'evento dal 3 aprile su Twitter, Facebook e Google+, in sei lingue: italiano, inglese, spagnolo, francese, tedesco e portoghese. Il totale dei dati raccolti è stato analizzato da un punto di vista quantitativo, mentre la valutazione di sentiment verrà estratta in ambito Twitter, le cui interazioni rappresentano ad oggi il 98% del totale.

Le evidenze scaturite dall'indagine confermano un'attenzione continua e diffusa per il settore enogastronomico che vede esprimere al meglio la qualità del made in Italy, un patrimonio che Gambero

Contatti Gruppo Almaxviva:

Ilaria De Bernardis, Responsabile Media Relations, tel. 06.3993.4142, mob. 342.9849109, i.debernardis@almaviva.it
Mariagrazia Scaringella, Media Relations, tel. 06.3993.3566, mob. 340.8455510, m.scaringella@almaviva.it

Contatti Gambero Rosso:

Paola Rangeri, Coordinamento Attività Ufficio Stampa, tel. 06. 55112.1, mob. 347.4923 179



Rosso da oltre trent'anni racconta e promuove ogni giorno attraverso editoria, eventi, formazione, consulenza. Nel quadro di una leadership che è riconosciuta anche a livello internazionale.

L'analisi social legata a Vinitaly 2017 sottolinea, allo stesso tempo, l'avvio del progetto di partnership tra Almawave e Gambero Rosso con l'obiettivo di valorizzare realtà, cultura e percezione dell'enogastronomia italiana.

Una collaborazione che integra consolidata leadership di settore e competenze tecnologiche distintive per sostenere, nel segno dell'innovazione, la crescita di un'eccellenza del comparto agroalimentare, così rilevante per l'economia del nostro Paese.

Profilo Almawave

Almawave è nata nel 2008 ed è diventata in pochi anni uno dei player italiani di riferimento nell'offerta di soluzioni mirate a migliorare qualità ed efficienza nei processi di Customer Interaction e Big Data Knowledge Management. Nel 2015 è stata selezionata tra le 10 "Smart & Disruptive Companies" italiane dalla MIT Technology Review Italia. La società del Gruppo Almaviva è strutturata in specifici Innovation Labs e Centers of Excellence, ha 7 sedi e vi lavorano circa 200 giovani professionisti. I sistemi Almawave integrano in una sola piattaforma i driver emergenti dell'innovazione tecnologica – semantica, statistica, automatic speech recognition, adaptive interface - trasformando il modo di lavorare delle persone e generando informazioni di qualità sui processi di gestione, per tutti i canali di comunicazione. www.almawave.it

Profilo Gambero Rosso

*Gambero Rosso sviluppa la propria attività attraverso quattro differenti linee operative: Content, TV & Digital, Education e Promotion. Gambero Rosso grazie alla esperienza trentennale, è il punto di riferimento internazionale unico del settore del Wine Travel & Food. La redazione e pubblicazione di guide, settimanali, periodici e libri e l'invio di newsletter, consente di penetrare nei diversi mercati. Gambero Rosso offre, inoltre, una vasta gamma di **servizi multimediali** in Italia e all'estero, quali il Gambero Rosso Channel, la web TV, i social media, le app per gli smartphone ed altri prodotti digitali. Gambero Rosso, oggi considerata la società leader del vasto settore agroalimentare, in particolare nel mondo enologico nazionale, mette a disposizione del sistema produttivo italiano un vasto programma di iniziative di promozione B2B: ogni anno vengono realizzati oltre 30 eventi internazionali – portati a 50 quest'anno- toccando 4 continenti e le maggiori capitali mondiali. Gambero Rosso con le sue **Academy** è attivo nella realizzazione di una vasta tipologia di corsi di formazione dedicati al settore enogastronomico. Grazie alla sottoscrizione di accordi con partner internazionali di primario standing, Gambero Rosso organizza propri corsi anche all'estero. www.gamberorosso.it*

Contatti Gruppo Almaviva:

Ilaria De Bernardis, Responsabile Media Relations, tel. 06.3993.4142, mob. 342.9849109, i.debernardis@almaviva.it
Mariagrazia Scaringella, Media Relations, tel. 06.3993.3566, mob. 340.8455510, m.scaringella@almaviva.it

Contatti Gambero Rosso:

Paola Rangeri, Coordinamento Attività Ufficio Stampa, tel. 06. 55112.1, mob. 347.4923 179