



Iscriviti subito



- Info
- Annuari/DataBanks
- BeverNews
- Company Directories
- Documenti
- BeverGlossary
- Downloads

CERCA NEL SITO NEWSLETTER

Cerca

Ricerca avanzata

SPONSOR



ADS

Annunci Google

Vendita all'ingrosso C+C
Trova il punto vendita di prodotti alimentari più vicino a tel
www.cc-cash.it

LavAzza -Shop Ufficiale.
Scegli ora le tue Cialde Preferite sullo Shop LavAzza.
Consegna Gratis Lavazzamodomo.it

Acqua
Sai che l'acqua è un alimento?
Sfruttala per il tuo benessere!
www.sanpellegrino-corporo

Acqua
Vicina ai tuoi bambini Acqua Panna diffonde la corretta idratazione!
www.sanpellegrino.it

- Archivi News
- Dicembre 2010
 - Novembre 2010
 - Ottobre 2010
 - Settembre 2010
 - Agosto 2010
 - Luglio 2010
 - Giugno 2010
 - Maggio 2010
 - Aprile 2010
 - Marzo 2010
 - Febbraio 2010
 - Gennaio 2010
 - Dicembre 2009
 - Novembre 2009
 - Ottobre 2009
 - Settembre 2009
 - Agosto 2009
 - Luglio 2009
 - Giugno 2009
 - Maggio 2009
 - Aprile 2009
 - Marzo 2009
 - Febbraio 2009
 - Gennaio 2009
 - Dicembre 2008
 - Novembre 2008
 - Ottobre 2008
 - Settembre 2008

Se vuoi essere sempre aggiornato sul settore, iscriviti alla nostra [Newsletter](#): riceverai periodicamente le segnalazioni delle news pubblicate ed inoltre la documentazione settoriale selezionata da [beverfood](#). Iscriviti [QUI](#)

VINO-WINE-SPIRITS : RICERCA MR: LO CHAMPAGNE E LA CREAZIONE DEL VALORE

il 15/12/2010 8:40:00 (16 letture)



BEVERFOOD NEWS – Lo Champagne non è certo passato indenne attraverso la crisi, tuttavia resta un prodotto senza veri rivali sulla scena competitiva internazionale. 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. Questo è quanto emerge da un'indagine sulle strategie di marketing delle aziende vitivinicole nella regione della Champagne che lo studio di consulenza Maurizio Rocchelli ha recentemente commissionato all'Università degli Studi di Pavia. Di seguito alcuni dei risultati emersi.

Annunci Google Caffè Cialde Caffè Acque Minerali All'Ingrosso

A rendere lo champagne 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.

DATABANK File excel 3996 records
CANTINE & DISTILLERIE ITALIA 2010
INFORMAZIONI

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.

DATABANK File excel 2200 records
INGRESSO BEVANDE ITALIA 2010
INFORMAZIONI

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, neoletto 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".

INFOFLASH/STUDIO MAURIZIO ROCHELLI



Prima di diventare imprenditore Maurizio Rocchelli ha sviluppato una profonda conoscenza del mercato dei beni di largo consumo alimentare, in particolare vinicolo e oleario, attraverso le esperienze lavorative precedenti che nell'arco di venti anni lo hanno visto responsabile acquisti vini e bevande in due gruppi della grande distribuzione. Inizia la sua attività imprenditoriale a Milano nel 1980 intravedendo l'opportunità di capitalizzare l'esperienza professionale maturata per fornire alle aziende del settore vinicolo ed agroalimentare un supporto di marketing e di gestione con particolare riferimento ai rapporti commerciali con la grande distribuzione. Oggi la Maurizio Rocchelli srl è uno studio di consulenza per la pianificazione e la gestione di progetti di sviluppo per il settore vinicolo e alimentare, aiutando le aziende a sviluppare il mercato, ottimizzare le vendite e rafforzare l'identità e il valore della propria marca.

Maurizio Rocchelli Srl Via Santa Sofia, 27 20122 Milano tel. +39 02 5830 2263 - info@roccelli.it - www.roccelli.it
+info: linda.rubini@roccelli.it

BEVERFOOD® NEWS www.beverfood.com elaborata sulla base di comunicazioni aziendali e di informazioni pubblicate sulla stampa e sui siti settoriali. La direzione non avalla il pensiero e la validità di quanto pubblicato, declinando ogni responsabilità su quanto riportato e invitando il lettore ad una verifica presso le fonti emittenti originarie e/o aventi titolo. - COPYRIGHT© BEVERFOOD srl Milano Italy - Eventuali riproduzioni su altri media devono essere autorizzate da Beverfood srl

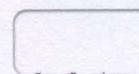
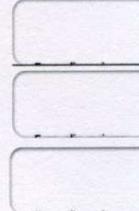
DATABANK TORREFATTORI E IMPORTATORI CAFFE' ITALIA
DataBank Toasters and Coffee Importers Italy

GOOGLE SEARCH

Google

Annunci Google
Caffè a Cialde
Acqua Plose
Fermentatore
Bibite Gessate

ADVERTISING



Acquista ora

Partners

