

Relazione stato dell'arte III Annualità



PROGETTO UIV

**PROMOZIONE DEI VINI
EUROPEI DI QUALITÀ SUI
PAESI TERZI**

INDIA, CINA E RUSSIA

IL PROGETTO UIV



- Periodo III Annualità: 4 marzo 2010 – 3 marzo 2011
- Paesi Coinvolti: India; Cina; Russia
- Azioni:
 - AZIONI COMUNI
 - ✦ Partecipazione a Fiere
 - ✦ Incoming Operatori
 - ✦ Formazione Scuole e Ristoratori
 - ✦ Campagna Pubblicitaria
 - AZIONI ORIZZONTALI
 - ✦ Sito Internet
 - ✦ DVD
 - ✦ Attività di Ufficio Stampa e Relazioni Esterne

Partecipazione a Fiere: Date e Locations - III anno



- **RUSSIA**
 - **LOCATION**
 - ✦ **San Pietroburgo** (15 Giugno –Corinthia Hotel)
 - ✦ **Mosca** (Vinitaly Tour 16-17 giugno Centro fieristico Novij Manege)
 - **PERIODO**: dal *15 al 17 giugno 2010* (*1° trimestre*)
- **CINA**
 - **LOCATION**:
 - ✦ **Hong Kong** (4-5-6 novembre “Hong Kong Covention and Exhibition center”) in occasione dell’International Wine and Spirits Fair
 - **PERIODO**: dal *4 al 6 novembre 2010* (*3° trimestre*)
- **INDIA**
 - **LOCATION**:
 - ✦ **New Delhi** (24 e 25 febbraio Yhr Lela Palace Kempinski
 - **PERIODO**: dal *24 al 25 febbraio 2010* (*4° trimestre*)

Partecipazione a Fiere: le Attività



○ OBIETTIVI

- ✦ Dare visibilità ai vini di qualità europei
- ✦ Offrire informazioni agli operatori interessati sui vini di qualità europei

○ ATTIVITÀ PREPARATORIE

- ✦ Pianificazione ed organizzazione evento
- ✦ Realizzazione Materiale Promodivulgativo (guida informativa su vini di qualità, Shopper, dropstop)

○ ATTIVITÀ REALIZZATE

- ✦ **Workshop Degustazione Vini**
- ✦ **Convegno**
- ✦ **Seminario per Operatori**

Partecipazione a Fiere – INDICATORI TRIENNALI



Indicatore	Att/ Eff	U.M.	Totale	India	Cina	Russia
Stima visitatori stand (valore triennale)	Atteso	n.	29.100	9.000	18.000	2.100
Stima visitatori stand (valore triennale)	Effettivo	n.	26.763	2.348	18.349	4.493
			91,97%	26,09%	101,94%	213,95%

Indicatore	Att/ Eff	U.M.	Totale	India	Cina	Russia
Iniziative previste	Atteso	n.	15	6	3	6
Partecipanti stimati		n.	900	360	180	360
Iniziative previste	Effettivo	n.	19	4	7	8
Partecipanti stimati		n.	1.185	395	409	381
			126,67%	66,67%	233,33%	133,33%
			131,67%	109,72%	227,22%	105,83%

Partecipazione a Fiere – VALUTAZIONE DELLE PERFORMANCE TRIENNALE

Parametro	Peso	Punteggio India	Punteggio Cina	Punteggio Russia	Valore Medio
N. degustazioni guidate sui vini	15%	9	9	8	1,3
Valutazione questionari di degustazione per partecipanti	20%	8	8	7	1,53
Valutazione della qualità del materiale divulgativo	15%	8	8	7	1,15
Rispetto del cronoprogramma	10%	8	8	8	0,8
Indicatore: N. di visitatori fiera / n. di visitatori previsti	15%	7	10	10	1,35
N. operatori Ho.Re.Ca. informati/N. operatori Ho.re.ca. previsti	15%	7	10	10	1,35
Materiale divulgativo distribuito / materiale distributivo predisposto	10%	7	10	10	0,9
Totale	100%				8,38

Fiere Russia: MATERIALE FOTOGRAFICO



Fiere Cina: MATERIALE FOTOGRAFICO



Fiere India: MATERIALE FOTOGRAFICO



Incoming Operatori - III anno



- **LOCATION**: Cantine Vinicole; Vinitaly; Labo Sensoriale UIV VR
- **PERIODO**: *dal 6 al 12 aprile 2010 (1° trimestre)*
- **OPERATORI OSPITATI**: n. 9 operatori (3 Indiani; 3 Russi; 3 Cinesi)
 - **OBIETTIVI**
 - ✦ far acquisire agli operatori selezionati conoscenze su una selezione di vini europei di qualità
 - **ATTIVITÀ PREPARATORIE**
 - ✦ Pianificazione ed organizzazione evento
 - ✦ Selezione e contatti con gli operatori
 - ✦ Condivisione degli obiettivi del programma con gli operatori invitati
 - ✦ Predisposizione del materiale formativo

Incoming Operatori - III anno



○ ATTIVITÀ REALIZZATE

- ✦ **Tour Guidato** presso le cantine vinicole (REGIONE SICILIA GRANGUARDIA; COVIVI; CADELBOSCO; CASA VINICOLA ZONIN; GIV; CASA VINICOLA SARTORI)
- ✦ **Visite Guidate Vinitaly** (workshop presso gli stand regionali - SANTA MARGHERITA; REGIONE SICILIA; TERREDORA; ENOTECA REGIONALE EMILIA ROMAGNA; MEDICI ERMETE; FONTANA FREDDA; CASA VINICOLA ZONIN; ISTITUTO MARCHIGIANO DI TUTELA; REGIONE ABRUZZO)
- ✦ **Corsi in Aula**: realizzati i corsi di analisi sensoriale e di degustazione presso il laboratorio sensoriale dell'Unione Italiana Vini di Verona.

Incoming Operatori: INDICATORI TRIENNALI



Indicatore	Att/ Eff	U.M.	Totale	India	Cina	Russia
Operatori	Atteso	n.	27	9	9	9
Operatori	Effettivo	n.	27	9	9	9
			100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Parametro	Peso	Punteggio India	Punteggio Cina	Punteggio Russia	Valore Medio
Test di apprendimento durante i corsi di formazione e Tour nelle cantine	30%	10	10	10	3
Questionario di soddisfazione dei partecipanti	30%	9	9	9	2,7
Profilo dei partecipanti all'azione	20%	9	9	9	1,8
Rispetto del cronoprogramma	10%	10	10	10	1
Indicatore: N. di operatori coinvolti/n. di operatori previsti	10%	10	10	10	1
Totale	100%				9,5

Incoming Operatori: MATERIALE FOTOGRAFICO



Formazione Scuole Ristoratori: Date e Locations

III anno



- **RUSSIA**

- **LOCATION**

- ✦ **San Pietroburgo** (14 Giugno – scuola Simple Bar)
- ✦ **Mosca** (18 giugno scuola sommelier “Enotria”)
- ✦ **Educational Tour** Dal 20 al 27 ottobre 2010:
 - ✦ 18-19 ottobre San Pietroburgo,
 - ✦ 20-21-22 ottobre Novosibirsk,
 - ✦ 23 ottobre Ekaterinburg,
 - ✦ 27 ottobre Mosca

- **PERIODO**: dal 14 al 18 giugno e dal 18 al 27 ottobre 2010 (2° e 3° trimestre)

Formazione Scuole Ristoratori: Date e Locations



- CINA

- LOCATION:

- ✦ **Shanghai** (– enoteca di Siena “Shangai Yishang Wine Business”)

- PERIODO: dal 71al 3 novembre 2010 (*3° trimestre*)

- INDIA

- LOCATION:

- ✦ **New Delhi** (21,22 e 23 febbraio “Khandwala Institute”)

- PERIODO: dal 21 al 23 febbraio 2011 (*4° trimestre*)

Formazione Scuole Ristoratori



- **OBIETTIVI**

- ✦ Incrementare le conoscenze degli operatori sul panorama delle produzioni europee di qualità, in particolar modo sui prodotti europei a marchio registrato.

- **ATTIVITÀ PREPARATORIE**

- ✦ Realizzazione del materiale formativo e didattico in presenza
- ✦ Realizzazione del materiale formativo e didattico ON LINE
- ✦ Pianificazione ed organizzazione evento; selezione e contatti con gli operatori
- ✦ Condivisione degli obiettivi del programma con i comitati didattici delle scuole target

- **ATTIVITÀ REALIZZATE**

- ✦ **Corsi in Aula 584 Operatori**
- ✦ **Corsi ON LINE 182 Operatori**

Formazione Scuole Ristoratori - PROGRAMMA



- **OBIETTIVI**

- Lezioni teoriche e pratiche mirate al riconoscimento delle caratteristiche di peculiarità dei vini presentati

- **PROGRAMMA**

- **INTRODUZIONE AL MONDO DEL VINO (FOCU EUROPA)**

- ✦ CENNI STORICI
- ✦ FATTORI CHE INFLUENZANO LA QUALITÀ DEL VINO (territorio, clima, terreno, varietà internazionali ed autoctone, tecnologie di produzione)
- ✦ CENNI LEGISLAZIONE VITIVINICOLA EUROPEA (denominazioni di origine IGT e VQPRD, i numeri europei, etichettatura)

- **INTRODUZIONE ANALISI SENSORIALE**

- ✦ CENNI STORICI E DEFINIZIONI
- ✦ GLI STRUMENTI DELL'ANALISI SENSORIALE
- ✦ ADDESTRAMENTO SENSORIALE
- ✦ FISIOLOGIA DEI SENSI
- ✦ STRETCHING SENSORIALE

- **ABBINAMENTI CIBO VINO (IGT –VQPRD - PROVE PRATCHE DI ASSAGGIO)**

- ✦ ABBINAMENTO VINI EUROPEI CON CUCINA OCCIDENTALE
- ✦ ABBINAMENTO VINI EUROPEI CON CUCINA LOCALE
- ✦ COSTRUZIONE DELLA CARTA DEI VINI

Formazione Scuole Ristoratori: INDICATORI TRIENNALI



Indicatore	Att/ Eff	U.M.	Totale	India	Cina	Russia
Partecipanti ai corsi	Atteso	n.	1.350	450	450	450
Contatti operatori HO.RE.CA		n.	3.000	1.000	1.000	1.000
Partecipanti ai corsi	Effettivo	n.	1.474	467	549	458
Contatti operatori HO.RE.CA		n.	3.348	560	1.136	1.652
			109,19%	103,78%	122,00%	101,78%
			111,60%	56,00%	113,60%	165,20%

Formazione Scuole Ristoratori: INDICATORI DI PERFORMANCE TRIENNALI

Parametro	Peso	Punteggio India	Punteggio Cina	Punteggio Russia	Valore Medio
Valutazione test di apprendimento durante la realizzazione dei corsi di formazione	30%	8	6	9	2,30
Profilo degli operatori aderenti	20%	9	9	8	1,73
Questionario di soddisfazione dei partecipanti	20%	8	7	9	1,60
Rispetto del cronoprogramma	10%	6	6	6	0,60
Indicatore: N. di allievi coinvolti/ N. di allievi previsti	10%	10	10	10	1,00
N. operatori Ho.Re.Ca. informati/ N. operatori Ho.re.ca. previsti	10%	5	10	10	0,83
Totale	100%				8,07

Formazione Scuole Ristoratori INDIA: MATERIALE FOTOGRAFICO



Formazione Scuole Ristoratori CINA: MATERIALE FOTOGRAFICO



Formazione Scuole Ristoratori RUSSIA: MATERIALE FOTOGRAFICO



Formazione Scuole Ristoratori RUSSIA: MATERIALE FOTOGRAFICO



CAMPAGNA PUBBLICITARIA III ANNUALITÀ



- **TESTATE:**
 - **RUSSE (2 TESTATE)**
 - ✦ **Simple News** (2 USCITE)
 - ✦ **Imperia Vskusa** (3 USCITE)
 - **CINESI (2 TESTATE)**
 - ✦ **Food and Wine** (1 USCITE)
 - ✦ **New Food** (3 USCITE)
 - **INDIANE (2 TESTATE)**
 - ✦ **Food and Beverage** (6 USCITE)
 - ✦ **Sommelier India** (6 USCITE)
- **OBIETTIVI**
 - ✦ Informare i consumatori e gli operatori sulle produzioni di qualità europea
- **ATTIVITÀ PREPARATORIE**
 - ✦ Identificazione del concept della campagna (grafica e contenuti)
 - ✦ Pianificazione Media (pianificazione messaggi promo-pubblicitari; acquisto spazi su testate e banner)


CAMPAGNA PUBBLICITARIA: GLI INDICATORI TRIENNALI



Indicatore	Att/ Eff	U.M.	Totale	India	Cina	Russia
Uscite su riviste	Atteso	n.	87	24	39	24
Uscite su riviste	Effettivo	n.	52	28	12	12
			59,77%	116,67%	30,77%	50,00%

Parametro	Peso	Punteggio India	Punteggio Cina	Punteggio Russia	Valore Medio
Tipologia di testata	30%	10	10	10	3
Tiratura delle riviste utilizzate	25%	10	10	10	2,5
Campagna banner (klik-through)	15%	7	6	5	0,9
Rispetto del cronoprogramma	10%	10	8	6	0,8
Indicatore: N. di testate utilizzate/n. di testate previste	10%	10	10	10	1
Indicatore: N. di uscite realizzate/n. di uscite previste	10%	10	3	5	0,6
Totale	100%				8,8





Sito Internet: L'HOME PAGE

 Accesso: Password dimenticata? | Registrati



domenica 24 febbraio 2012

THE NEXT QUALITY EXPERIENCE

Risorse


-  [Apprendimento](#)
-  [Documenti](#)
-  [Sperimentazione attiva](#)
-  [Verifica](#)

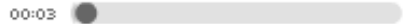


Community






-  [Forum](#)
-  [Chat](#)

Rassegna stampa

- [Newsletter](#)
- [Primo Piano](#)
- [Galleria fotografica](#)
- [Glossario](#)
- [Contatti](#)



00:03    EDULIFE TV

download:     

Video informativo

apprendere che passione




Il progetto The next quality experience
Il vino nel mondo
Il vino nell'Unione Europea
L'Italia del vino
La piramide della qualità del vino italiano
L'analisi sensoriale

i laboratori

provando si impara

Il vino nel mondo
Il vino nell'Unione Europea
L'Italia del vino

Scegli il tuo profilo:


-  Sono un produttore
-  Sono un co-produttore
-  Sono un consumatore

Nuovo Corso

ANALISI SENSORIALE

In Primo piano

Orvieto, Sagrantino, Torgiano. L'Umbria del vino per ora è raccolta attorno a questi tre capisaldi della produzione regionale, mentre i Colli del Trasimeno sembrano ancora alla ricerca di una propria autonoma identità. Eppure queste zone che si estende attorno al lago, o nelle immediate vicinanze, non ha nulla da invidiare alle altre per la suggestione dei luoghi o per capacità delle aziende che insistono sul territorio. Per provare a colmare questo gap si è costituita la filiera "Colli di Vini" - un'associazione temporanea d'Imprese (ati), istituzioni che si occupano di ricerca quali l'Università di Perugia, il Parco Tecnologico 3 A e Analysis, oltre

 Powered by edulife

Sito Internet: GLI INDICATORI TRIENNALI



Indicatore	Att/ Eff	U.M.	Totale
Visitatori	Atteso	n.	150.000
Dirette realizzate		n.	20
Newsletters		n.	36
Visitatori	Effettivo	n.	131.561
Dirette realizzate		n.	0
Newsletters		n.	301
			87,71%
			0,00%
			836,11%

Sito Internet: GLI INDICATORI TRIENNALI



Parametro	Peso	Punteggio India	Punteggio Cina	Punteggio Russia	Valore Medio
Analisi risultati statistiche web	30%	9	9	8	2,60
N. dirette stream TV	10%	0	0	0	0,00
N. di news letters realizzate	15%	10	10	10	1,50
N. di registrazioni al portale	25%	8	8	6	1,83
N. partecipanti ai forum sui vini di qualità	15%	0	0	0	0,00
Rispetto del cronoprogramma	5%	8	8	8	0,40
Totale	100%				6,33

Sito Internet: Provenienza Contatti

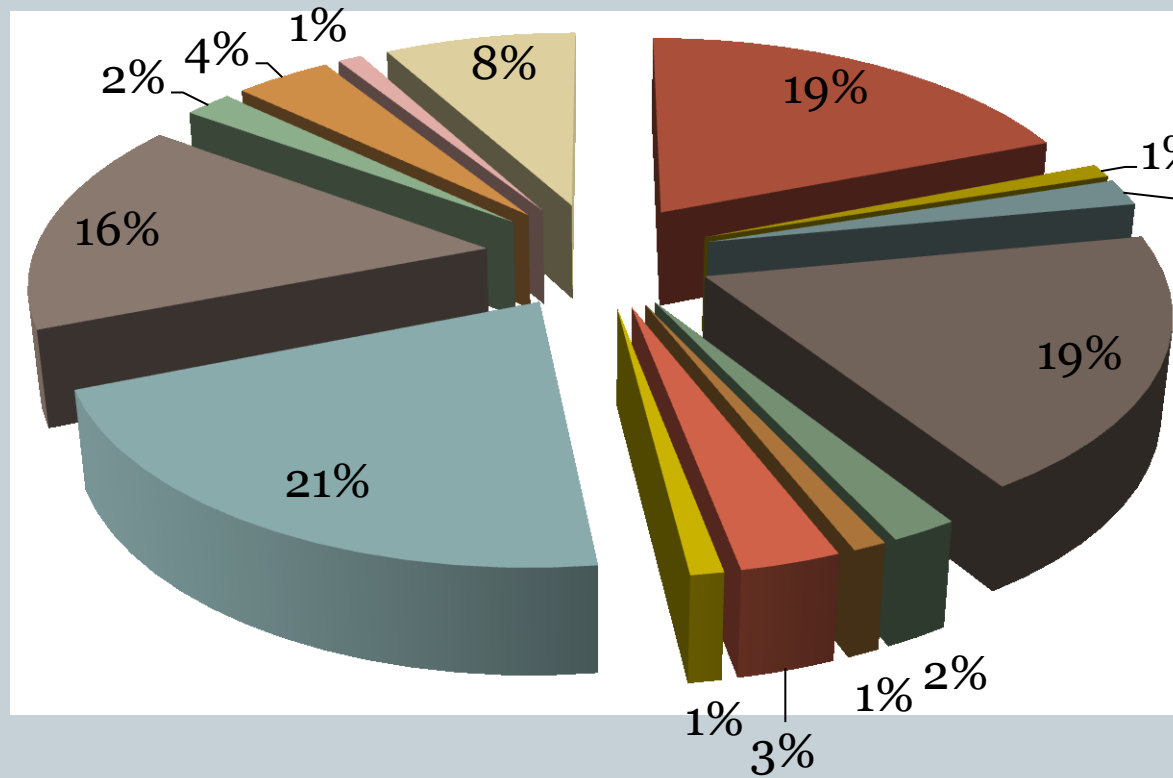


Italia	19%
Germania	1%
USA	2%
India	19%
Francia	2%
Canada	1%
Australia	3%
Finlandia	1%
Cina	21%
Russia	16%
Spagna	2%
Svezia	4%
Regno Unito	1%
Altro	8%

Sito Internet: Provenienza Contatti



Visite per Paese



- Italia
- Germania
- USA
- India
- Francia
- Canada
- Australia
- Finlandia
- Cina
- Russia
- Spagna
- Svezia
- Regno Unito
- Altro

Sito Internet: Statistiche di Accesso



Visitatori	131.561
Clic su pagina	199.973
Referenti	56
Bot/Spiders unici	307
Bot/Spiders	14.781

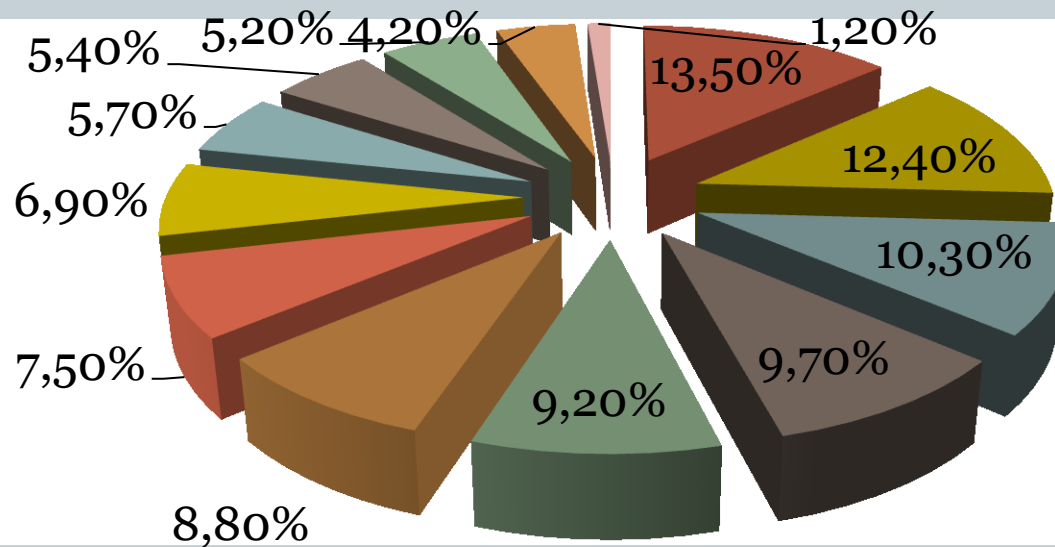
- **Visitatori:** visitatori complessivi nell'anno
- **Clic su pagina:** clic complessivi sulle pagine del portale
- **Referenti:** pagine o siti web che referenziano pagine del portale
- **Bot/Spiders unici:** indicizzatori automatici unici che visitano il portale (motori di ricerca)
- **Bot/Spiders:** indicizzatori automatici complessivi che visitano il portale (motori di ricerca)

Sito Internet: PAGINE/SEZIONI PIÙ ACCEDUTE



An Sens cenni storici	13,5%
Aromi e Vino	12,4%
Galleria Fotografica	10,3%
News	9,7%
Fisiologia dei Sensi	9,2%
Organizzazione-sensoriale	8,8%
Comunicati	7,5%
Video	6,9%
Contatti	5,7%
Formazione	5,4%
Metodi e strumenti	5,2%
La Classificazione degli aromi	4,2%
Altro	1,2%

Sito Internet: PAGINE/SEZIONI PIÙ ACCEDUTE



- An Sens cenni storici
- Galleria Fotografica
- Fisiologia dei Sensi
- Comunicati
- Contatti
- Metodi e strumenti
- Altro

- Aromi e Vino
- News
- Organizzazione-sensoriale
- Video
- Formazione
- La Classificazione degli aromi

DVD



- **COPIE DISTRIBUITE: 2990**
- **LINGUE: Inglese; Italiano; Russo; Cinese**
- **OBIETTIVI**
 - ✦ Disporre di un supporto dvd per la distribuzione di contenuti promozionali e divulgativi agli operatori nel corso degli eventi di promozione e formazione
- **ATTIVITÀ REALIZZATE**
 - ✦ Distribuzione del materiale durante gli eventi

DVD: GLI INDICATORI – TRIENNALE



Indicatore	Att/ Eff	U.M.	Totale
Copie distribuite	Atteso	n.	8.000
Copie distribuite	Effettivo	n.	8.000
			100,00%

Parametro	Peso
N. Copie distribuite/ N.copie realizzate	50%
Analisi questionario di gradimento DVD in manifestazioni	45%
Rispetto del cronoprogramma	5%
Totale	100%

Punteggio India	Punteggio Cina	Punteggio Russia	Valore Medio
9	10	10	4,83
8	10	7	3,75
8	8	8	0,40
			8,98

Attività di Ufficio Stampa e Relazioni Esterne



- **OBIETTIVI:**

- ✦ Informare e mantenere viva l'attenzione del mondo del vino sul progetto e sulla campagna info-promozionale

- **ATTIVITÀ REALIZZATE**

- ✦ Realizzazione comunicati stampa
- ✦ Realizzazione schede informative sul programma
- ✦ Raccolta della rassegna stampa di settore inserita poi sul sito.
- ✦ Realizzazione delle conferenza stampa organizzate

Attività di Ufficio Stampa e Relazioni Esterne



- RUSSIA - *(2° trimestre)*
 - LOCATION
 - ✦ **San Pietroburgo** (15 Giugno –Corinthia Hotel)
 - ✦ **Mosca** (16 giugno – Cafe des Artistes)

- CINA - *(3° trimestre)*
 - LOCATION:
 - ✦ **Hong Kong** (5 novembre “Hong Kong Covention and Exhibition center”) in occasione dell’International Wine and Spirits Fair

- INDIA - *(4° trimestre)*
 - LOCATION:
 - ✦ **New Delhi** (24 febbraio Yhr Lela Palace Kempinski

Attività di Ufficio Stampa e Relazioni Esterne: GLI INDICATORI TRIENNALI



Indicatore	Att/ Eff	U.M.	Totale
Comunicati/redazionali emessi	Atteso	n.	300
Comunicati/redazionali emessi	Effettivo	n.	305

101,67%

Parametro	Peso
Conferenze annuali previste/Conferenze annuali realizzate	30%
N. Comunicati realizzati/N. di comunicati previsti	30%
N. Partecipanti alle conferenze annuali	15%
N. accordi-convenzioni con agenzie di stampa	25%
Totale	100%

Punteggio India	Punteggio Cina	Punteggio Russia	Valore Medio
10	10	10	3
10	10	10	3
7	10	8	1,25
0	0	0	0
			7,25

PERFORMANCE TRIENNALE COMPLESSIVA



Totale Punteggio	64,62
Azioni N	8
Punteggio di merito	8,08

ANDAMENTO MERCATI



PAESE	Litri			Euro		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010
Russia	30.804.695	64.855.173	108.306.232	63.886.411	65.166.957	104.006.425
India	272.846	186.343	327.027	1.192.774	933.711	1.461.606
Cina	8.481.892	7.936.137	22.464.609	15.141.447	19.506.210	39.934.686
Paesi terzi	501.258.871	536.861.823	635.637.584	1.609.712.492	1.523.081.599	1.794.197.682

PAESE	Litri			Euro		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010
Russia		210,54%	167,00%		102,00%	159,60%
India		68,30%	175,50%		78,28%	156,54%
Cina		93,57%	283,07%		128,83%	204,73%
Unione europea		107,10%	118,40%		94,62%	117,80%