



Le radici nella terra e la testa nella rete

Wine&Share, raccontarsi attraverso i social

Il vino condiviso piace di più



La postazione del blog Carpineto **Let it Wine** è presso lo **stand 7** nel **Centroservizi delle Erbe**, tra i **pad. 4 e 5**

CARPINETO al VINITALY è nel PAD 7 - Stand E7 - E8

E' presente anche ad Opera Wine

«Il vino non si beve soltanto: si annusa, si osserva, si gusta, si sorseggia e... se ne parla.»

Edoardo VII (1841 - 1910)

Sarà stata la frequentazione dei circoli mondani e l'attitudine per le relazioni umane ma il cosmopolita re della Gran Bretagna aveva già le idee chiare sulla natura sociale e socializzante del vino, che da sempre riveste un grande ruolo di aggregatore collettivo. Riportato ai giorni nostri, la forte crescita della recente tendenza **wine&share** conferma **l'attitudine del vino a diventare argomento di conversazione e condivisione, tanto più nel nuovo ecosistema digitale.**

S'iscrive in questo scenario la partecipazione "**versante social**" di **Carpineto** a **Vinitaly** dal **15 al 18 aprile** attraverso la postazione del blog **Let it Wine** presso lo **stand 7** nel **Centroservizi delle Erbe**, tra i **pad. 4 e 5**.

L'obiettivo è di dar voce ai visitatori e avvicinare alla cultura del vino il pubblico dei Millennials, la **Generazione Y**, il consumatore 2.0, iperconnesso e piuttosto fluido nei comportamenti, però alla ricerca di esperienze personalizzate, uniche.

Il tema scelto per l'edizione 2018 è «**Diventa un influencer con Let It Wine**»: un progetto che nasce dalla voglia di sollecitare la voce degli esperti o dei semplici appassionati del vino, coloro che animano e alimentano le conversazioni online nelle vesti di *wine influencers*, un target curioso e alla continua ricerca di informazioni e ispirazioni per conoscere le unicità di un prodotto.

Ogni vino ha un proprio carattere e racconta all'appassionato una storia unica. All'interno dello stand/postazione **Let It Wine** sarà possibile realizzare uno scatto o un breve video con il supporto di una piccola troupe di giovani video maker insieme ad una bottiglia di cinque vini **Carpineto** scelti e associati all'aggettivo che meglio rispecchia la personalità e l'emozione del visitatore. Ogni contenuto realizzato, una sorta di "Carpineto emotion" diventerà parte di un grande racconto fatto dalle esperienze di ognuno, un patrimonio per l'azienda, e che si affiancherà alla storia dei vini **Carpineto**. Lo scatto sarà poi pubblicato in *real time* sulla piattaforma **Let It Wine** e inviato via mail al protagonista dello shooting, al fine di consentire la condivisione dell'esperienza sui social, conquistandosi così il profilo di *wine influencer*, o meglio **Carpineto influencer** o testimonial all'interno della *wine community*.

Dopo il grande successo del progetto *Tell Me Wine*, che nello scorso anno ha visto la realizzazione di oltre 250 video interviste e 500 foto pubblicate sul *wall* del sito e nel palinsesto di Let it Wine, l'azienda rinnova la voglia di comunicare ai giovani *wine lovers*, dimostrandosi in linea con i nuovi trend di comunicazione, il tutto con una particolare attenzione alla dimensione digitale fatta soprattutto di *visual storytelling*.

E sono proprio i video pubblicati sulle diverse piattaforme **Carpineto** ad avere raggiunto circa **un milione di visualizzazioni** con oltre **30 mila fan** che seguono le **pagine Social** dell'azienda.

Al di là dell'attività social a Vinitaly la presenza del brand su **Facebook, Instagram, Twitter, YouTube e G+** rappresenta un elemento imprescindibile della comunicazione di **Carpineto**, da oltre cinquant'anni sul mercato, che sceglie di interagire sempre di più con i propri consumatori o con i semplici appassionati del vino, in un percorso di *total consumer experience*.

Oltre ai Social Network, **Carpineto** trasmette con successo la sua storia di contemporaneità e tradizione a oltre 52.000 utenti attraverso il sito, **www.carpineto.com**, ricco di sezioni interattive e contenuti visivi che illustrano le diverse Tenute così come gli abbinamenti migliori per ogni vino e relative video ricette. Attraverso il nuovo canale e-commerce, **www.carpinetoshop.com**, inoltre, l'eccellenza dei *Grandi Vini di Toscana* ed il prestigio del brand arrivano direttamente nelle case dei consumatori.

Non solo vino, ma anche food, ricette, lifestyle e itinerari enogastronomici sono i temi affrontati nei 5.000 articoli pubblicati sul **blog LetItWine.com**, che attraverso racconti, interviste e reportage trasmette il marchio **Carpineto** anche all'estero, indirizzandosi in particolare ad un pubblico proveniente dagli USA, dal Canada e dall'Australia.

Raccontando la relazione del vino con il suo territorio e creando continue sinergie con i *wine lovers*, per i quali il vino rappresenta non soltanto una passione, ma anche un veicolo di cultura e oggetto di confronto, **Carpineto** è stato così in grado di sviluppare attorno a sé una vera e propria rete piuttosto che limitarsi a rivestire un ruolo passivo all'interno della stessa.

www.carpineto.com

UFFICIO STAMPA LR COMUNICAZIONE - laura ruggieri - 339/4755329
lrcomunicazione@lrcomunicazione.com