

Newsletter 03/2008 - novità dal mondo del vino e internet

Gentile lettore,

come già sa, normalmente siamo solo in internet, ma in tre casi utilizziamo strumenti "cartacei" e "diventiamo fisici":

- una è questo fax, non avendo una mail confermata da lei e
- l'altra è l'invio dei premi annuali, i **diplomi delle aziende "stellate"** e
- un'altra ancora sono i **cataloghi fieristici**.

Ogni produttore raccomandato dovrebbe già aver inserito il suo stand nelle diverse fiere 2008. E' gratis, ma ha un enorme effetto comunicativo e diventa strumento di marketing perché i lettori di Wein-Plus si preparano con questo strumento favoloso alle loro visite fieristiche. Solo con il catalogo Wein-Plus si può selezionare per zona di produzione e cantine premiate: (<http://www.wein-plus.com/messe/>). Si inserisca subito nello trade fair planner ancora per la Vinitaly (accedendo al suo profilo online o inviandoci una mail con il suo numero di stand → solo per produttori raccomandati)!

- Poi, nelle fiere ci siamo personalmente e ci farebbe piacere poterci **incontrare** per esempio alla fiera **ProWein**. La invitiamo ad un "Aperitivo della Franconia", martedì, il 18 marzo, dalle ore 11.00 alle 12.30 al nostro **stand 4J12**. L'intero team di Wein-Plus si ritrova per quest'occasione ad aspettarla e si felicita della sua partecipazione.

Controllo interno di qualità delle degustazioni

Tutti i nostri degustatori operano sotto permanente controllo di qualità e riproducibilità dei risultati, tramite confronto con contro-degustazioni "nascoste", che garantiscono l'elevata professionalità delle valutazioni e delle descrizioni. La seconda valutazione di un vino, deve essere sostanzialmente molto simile a quella precedente. Marcus Hofschuster ed il suo team si sono costruiti così una buona fama come degustatori. Le loro valutazioni sono riconosciute come magistrali, ripetibili ed affidabili.

La fiducia dei lettori è confermata dalle cifre di Wein-Plus: 10 anni fa abbiamo iniziato con qualche centinaio di lettori, oggi sono più di 2 milioni all'anno. Lo si può monitorare qui: <http://www.wein-plus.it/Wein-Plus-in-cifre.461.0.html>

Curiosità:

Reggiseno "al vino" per donne con grande sete

Un'azienda Inglese propone un reggiseno al vino. Questa trovata permette alle donne un pratico aperitivo anche lontano dal bar. Per circa 20 sterline l'azienda Firebox propone un reggiseno chiamato "winerack". Grazie ad una intercapedine in plastica, può essere riempito con circa 750 ml di vino; tramite una cannuccia chi lo indossa può sorseggiare il contenuto. I vini bianchi non sono però adatti a questa invenzione, perché, come gli esperti ben sanno, si riscalderebbero con troppa facilità. Al contrario, chi ha già acquistato questa trovata, ha già sperimentato con successo vini rossi abboccati. Il prodotto è già esaurito, ma è possibile prenotarlo. Più informazioni si possono trovare sotto: http://www.firebox.com/product/2061?src_t=cat&src_id=party

La comunicazione del vino:

Descrivere il vino partendo dalla nostra mente – prima parte (di cinque)

Prefazione e definizioni

Ogni persona è un individuo con le proprie affinità e le proprie repulsioni. Negli anni Settanta un certo professor Paul MacLean, ricercatore in ambito cerebrale, riuscì a dimostrare che il cervello umano è diviso in tre parti che si sono sviluppate nel corso della storia evolutiva e che controllano funzioni diverse. L'influenza di ciascuna delle tre parti è diversa da persona a persona e rappresenta il fattore determinante dei suoi tratti personali. Nonostante le loro differenze queste tre sezioni cerebrali devono lavorare insieme – ma ciascuna rimane fedele alle proprie specifiche “regole del gioco”. Il comportamento umano si evolve solamente grazie all'interazione della reazione istintiva del **tronco cerebrale** (qui definito verde), dell'emotivo e impulsivo **diencefalo** (qui definito rosso), cioè il sistema libico, e della reazione fredda e razionale della **neocorteccia** (qui definito blu).

Questi colori non comportano una valutazione di merito. Facilitano solamente l'ordinamento e la descrizione dei concetti. Ogni persona si rivolge di più verso un colore a spese di un altro. Nel 90% degli individui, una parte del cervello domina fortemente le altre e ne determina la personalità. Queste persone sono relativamente facili da interpretare, e il produttore di vini può interagire con essi individualmente.

Le tre componenti del cervello e le loro caratteristiche

	Tronco celebrare	Diencefalo	Neocorteccia
Compito	Tendenza alla autoconservazione	Tendenza alla autoaffermazione	Tendenza alla autodeterminazione
Arco temporale	Passato	Presente	Futuro
Contesto sociale	Bisogno di contatto	bisogno di contatto e dominio	bisogno di distanza
Rivendicazioni	Territorio (Spazio proprio)	Status (Riconoscimento)	Conoscenza (consapevolezza di sé)

E a seconda del tipo cui l'ipotetico cliente appartiene, è possibile comunicare il vino in modo diverso, come spiegheremo nel prossimo numero.

La prossima edizione della newsletter di Wein-Plus uscirà fra circa un mese. Se avete perso una newsletter precedente, la trovate da ora in poi sempre **nell'archivio newsletter**: <http://www.wein-plus.it/Servizio-stampa.567.0.html>.

Per commenti, domande e/o suggerimenti ci scriva per favore una mail. Grazie.

Intanto auguriamo ai partecipanti alla ProWein buona fiera e buon vino a tutti!

Il suo team di Wein-Plus

Wein-Plus - Il portale più letto nel mondo del vino in Europa
www.Wein-Plus.de - www.Wein-Plus.com

Ulteriori informazioni anche qui: www.wein-plus.it

o telefonando in Italia +39.0385.569044 o 335.6576923

Wein-Plus GmbH, Wetterkreuz 19, D-91058 Erlangen, Tel: +49 1803 151505, Register HRB 10563, Amtsgericht Fürth, Steuernummer: 21614220519, Geschäftsführer: Utz Graafmann, Fax: +49 9131 755050, E-Mail: contact@wein-plus.it