



DONNAFUGATA®

“Benvenuti su Facebook e Twitter!”

Donnafugata lancia la sua pagina. Informale e autentica aperta al contributo dei fan per espandere la cultura del vino nel mondo

Vinitaly 2012. Donnafugata apre la sua pagina su Facebook (www.facebook.com/DonnafugataWine) e Twitter (@DonnafugataWine) per proporre anche nel digitale quello **spirito conviviale, di accoglienza e confronto** che anima da sempre l'azienda ed il suo team.

I **canali digital** potranno infatti facilitare l'**apertura di connessioni dirette** con chi condivide la passione per il vino e conseguentemente facilitare la creazione di un networking tra chi conosce l'azienda/ prodotto e chi no, attraverso un **word of mouth virtuoso**. Una ulteriore importante funzione che Donnafugata punta ad attivare attraverso Facebook e Twitter è quella di un servizio light di “customer care” che permetta di ottenere feedback sulla qualità, sui servizi che vengono forniti (ad esempio informazioni sull'enoturismo) e contemporaneamente rispondere alle domande e curiosità dei wine lover della rete

Facebook e Twitter rappresentano nel web luoghi di incontro fra persone anche molto diverse, dai veri e propri appassionati, ai wine lover alle prime armi, ma accomunate dalla volontà di **vivere in maniera attiva il proprio interesse per il vino**, sia in senso di conoscenza enologica, sia di socialità dell'esperienza.

L'auspicio è quindi che le pagine Twitter e Facebook di Donnafugata diventino uno spazio dove gli appassionati del vino avranno modo di confrontarsi e di chiedere informazioni ad un interlocutore diretto. Ma anche luogo dove incontrare persone nuove, e sviluppare networking utile per esigenze professionali e private, fare chiacchiere rilassate, scoprire nuovi gusti e realtà e condividere in modo “social” queste esperienze con Donnafugata.

La grafica è light, con colori caldi e solari in linea con la veste grafica del sito aziendale **www.donnafugata.it**

La **bacheca di Facebook** sarà animata dall'azienda con post su eventi, annate, tips per i wine lover in visita in Sicilia, curiosità, ma anche da coloro che vorranno condividere il proprio interesse per il vino e temi correlati pubblicando post ed immagini.

In occasione del **Vinitaly** e dell'apertura delle due pagine Facebook e Twitter, l'azienda lancia una campagna che riflette lo spirito dell'ingresso social di Donnafugata: **la #1 Collection_ Donnafugata@Vinitaly**. I wine lovers che passeranno a degustare i vini di Donnafugata troveranno un **adesivo con la famosa icona “I like”- “Mi piace” personalizzato**, per attaccarlo sulla bottiglia preferita ed essere colti da scatti fotografici che saranno caricati sulle pagine FB e Twitter di Donnafugata. Gli adesivi potranno essere



DONNAFUGATA

usati in giro per la fiera e Verona **per segnalare e condividere** tutto quello che si vede di bello durante il Vinitaly.

Taggando la pagina DonnafugataWine si entrerà infatti a far parte della #1 Collection_Donnafugata@Vinitaly, la raccolta fotografica di Donnafugata durante il Vinitaly. Sul banco di degustazione sarà anche disponibile un **touch screen** che consentirà di vedersi "in tempo reale" ogni qualvolta ci si tagga o si viene taggati nella pagina aziendale.

Nelle pagine FB e Twitter di Donnafugata **si parla inglese** per superare tutte le barriere geografiche. La scelta di entrambi i social network nasce dall'ascolto della rete. Quando si parla di vino attraverso i canali digitali Twitter è il canale di comunicazione più usato negli USA, (dal 09/2010 al 09/2011 più di 11,7 milioni di *tweet*), mentre in Italia si prediligono i blog e Facebook, anche se Twitter è in crescita ed ha un seguito più targhettizzato.

Donnafugata fa una scelta di **comunicazione informale ed autentica** che rispecchia in pieno la voglia di essere trasparente, coinvolgente e soprattutto di aprirsi e **dare visibilità ai contributi dei wine lover della rete**. La condivisione digitale diventa strumento per **espandere la cultura del vino** oltre ogni confine: geografico, culturale, tematico.

Stay Tuned!!

Marsala, Marzo 2012

