

COMUNICATO STAMPA

Concluso il progetto “PININ”- *PlemuNt chèINa*- Sistema di mappatura della DOP BAROLO sui mercati online, trasparenza dell’offerta eCommerce e protezione del marchio.

La digital transformation nel mondo del vino di qualità, passa attraverso
Intelligenza artificiale, Big Data e analisi personalizzabili.

La **CONVEY** di Torino, società specializzata in Internet data intelligence e Online Brand Protection, e il **Consorzio di Tutela Barolo Barbaresco Alba Langhe e Dogliani** annunciano la conclusione del progetto “**PININ**” (acronimo di “*PlemuNt chèINa*”), programma di Ricerca & Sviluppo per la mappatura della DOP sui mercati internazionali online, la trasparenza dei canali digitali e la protezione del marchio.

Il progetto, co-finanziato da Regione Piemonte tramite FESR nell’ambito del “*Made in Piemonte*”, si poneva come finalità la valorizzazione della qualità intrinseca dei prodotti agro-alimentari Piemontesi di fascia alta, con l’introduzione di tecnologie innovative per il monitoraggio e il controllo dei prodotti sui “nuovi mercati e canali digitali”.

Forte della propria esperienza nella gestione dei Big Data, **CONVEY** ha sviluppato un sistema di monitoraggio online che ha preso forma dalle esigenze molto complesse del **Consorzio di Tutela Barolo**, con il quale sono state concordate le linee guida del progetto e che ha partecipato con continuità alla sperimentazione dei diversi prototipi realizzati nei tre anni di durata dell’iniziativa.

In estrema sintesi, il sistema realizzato da CONVEY permette al Consorzio di Tutela Barolo, in modo del tutto unico ed innovativo, di effettuare su migliaia di fonti una serie di monitoraggi e controlli sui dati delle inserzioni online, assolutamente impossibili con metodi tradizionali. Il sistema consente infatti:

- **Intelligence sistematica a livello internazionale su inserzioni commerciali online di vino BAROLO DOP** con analisi basate su tecnologie di *Artificial Intelligence* e *Business & Visual Intelligence*, in grado di fornire metriche innovative e concrete per comprendere non solo la presenza dei produttori e delle etichette, ma anche i fenomeni distributivi ed economici nei molteplici Paesi e canali digitali monitorati;
- **Intelligence su contenuti delle inserzioni online “non conformi”** rispetto ai requisiti normativi di qualità della comunicazione commerciale, ad alcuni vincoli del Disciplinare della DOP e agli obblighi di trasparenza e correttezza richiesti dalle normative sul Commercio Elettronico;
- **Intelligence degli usi parassitari o contraffattivi del “Marchio Barolo”** in inserzioni online relative ad “altri vini” ed anche ad ambiti merceologici diversi dal vino, fase propedeutica ad attività di “*Online Brand Protection*” basate sulla possibilità di azionare in via stragiudiziale i Diritti di Proprietà Industriale (IPRs) detenuti dal Consorzio di Tutela stesso.

Dal luglio 2019, data di inizio del progetto, sono state realizzate ben quattro versioni della piattaforma, con un costante incremento delle funzionalità e delle fonti online consultate, fino ad arrivare al prototipo finale che copre ben 23 Paesi, monitora oltre 1.000 fonti online, censisce circa 75 mila inserzioni di prodotto veicolate da oltre 1.800 ‘online seller’ e vanta un “valore in vetrina del vino DOP analizzato” pari ad oltre 10 Milioni di euro, ai prezzi del mercato online.

Giuseppe Provera, partner fondatore e Amministratore Unico di CONVEY afferma: “*Questa piattaforma dedicata al mondo del vino di qualità, rappresenta un vero cambio di paradigma nell’interpretazione del mercato e nella lettura dei fenomeni che caratterizzano il mondo dell’online, anche alla luce degli stravolgimenti delle abitudini d’acquisto dei consumatori che negli ultimi 2 anni, hanno indotto i produttori a modificare le logiche di distribuzione. L’innovazione tecnologica, di architettura e di approccio introdotta da CONVEY, unica nel panorama internazionale, permette al Consorzio di Tutela di mappare sistematicamente ed analizzare in via personalizzata la presenza della DOP su grandi*

piattaforme di Commercio Elettronico, su eShop specializzati nei principali Paesi del mondo, su Aggregatori di website e su Portali online delle più grandi catene di GDO.

E ancora: *“In un mercato digitale B2C (Business-to-Consumer) sostanzialmente nuovo - quale quello dei vini di qualità in Internet – ci siamo preoccupati di progettare qualcosa di realmente utile in grado di individuare e analizzare non solo gli aspetti quantitativi relativi a mercati/prodotti/etichette/prezzi, ma anche alcuni qualitativi, molto significativi. Ad esempio, abbiamo sviluppato specifiche soluzioni per il controllo della “qualità delle immagini” dei prodotti proposti online, elemento basilare per una corretta transazione online venditore-compratore. Abbiamo inoltre creato un apposito modulo di data intelligence per l’individuazione di casi d’uso del Marchio Barolo che violano di diritti di Proprietà Industriale del Consorzio, individuando da subito due importanti direttrici. La prima, quella dell’uso “parassitario” della D.O. Barolo nelle inserzioni di altri vini. La seconda - quella relativa agli “usi contraffattivi” del Marchio BAROLO anche al di fuori dal proprio ambito merceologico - valorizzando al meglio l’importante “portafoglio Marchi” del Consorzio stesso”, potendo così ridurre i danni all’immagine e all’integrità del Marchio stesso nel medio-lungo periodo, da pericoli di “volgarizzazione” del medesimo.*

Il Presidente del Consorzio di Tutela Barolo, Matteo Ascheri, sottolinea che:

Anche il mondo del vino non può esimersi dall’affrontare i cambiamenti di mercato derivanti dall’affermarsi dei nuovi canali commerciali digitali, che è possibile gestire soltanto ricorrendo alle nuove tecnologie.

Con l’utilizzo della piattaforma di CONVEY, il Consorzio di tutela del Barolo si pone a livello internazionale come esempio di innovazione, in quanto da un lato potremo infatti svolgere attività di monitoraggio e presidio mondiale impensabili fino a pochi anni fa, raccogliendo in modo massivo e rapido dati sulla distribuzione della DOP online, mentre dall’altro saremo in grado di attivare un canale di interazione sistematica con i venditori online al fine di “educare” al meglio i seller alla vendita del “Barolo” con modalità adeguate all’importanza e alla notorietà del prodotto.

In particolare, questo ultimo punto contribuirà alla valorizzazione internazionale del Marchio e alla tutela dei consumatori, che potranno contare su inserzioni complete di tutti gli elementi significativi nella descrizione del prodotto.

Crediamo infine che nell’ottica della “transizione digitale”, il Consorzio possa “accompagnare” i propri Consorziati ad un avvicinamento al mondo della “data intelligence”, che pochi potrebbero affrontare autonomamente.

Ed è per questo che abbiamo chiesto a CONVEY di realizzare - per i Consorziati che ne faranno richiesta - anche una versione “light”, personalizzata con dati proprietari relativi alla distribuzione delle rispettive “etichette Barolo” online.

Concluso formalmente il progetto, CONVEY e il Consorzio di Tutela Barolo si coordineranno per definire un piano in grado di dare applicazione concreta agli strumenti innovativi sviluppati e sperimentati, in un contesto sinergico fra obiettivi consortili ed esigenze degli associati.

INFORMAZIONI DI CONTATTO:

CONVEY S.r.l.

Giuseppe Provera - Amministratore Unico – giuseppe.provera@convey.it

011. 4337606

Daniele Berardi - Business Developer - daniele.berardi@convey.it

335.1417883

Consorzio di Tutela Barolo Barbaresco Alba Langhe e Dogliani

Virginia Piazza – Responsabile Comunicazione- comunicazione@langhevini.it

0173.441074