



Dossier de Presse

Marion F ?

***Oui ! Il est possible d'être une femme,
avoir 28 ans et être passionnée par le vin.***

Fille d'un amateur et amoureux du bon vin, j'ai grandi dans un environnement oenologique exceptionnel.

Depuis plus de 30 ans, mon père collectionne les grands crus et possède l'une des plus belles caves que je connaisse ! Quand j'y met les pieds, je reste toujours pleine d'admiration !

Rien de tel pour commencer à goûter et apprécier le bon vin.

Avec le temps, le virus est passé tout naturellement du père à la fille...

Grâce à lui, j'ai eu la chance de déguster les plus grands crus Français !

Le vin est aujourd'hui devenu une passion, que j'ai avant tout envie de partager.

Le projet du blog est venu comme une évidence...



***Parce qu'on n'est pas obligé d'être oenologue
pour apprécier le vin ! J'aime en parler
simplement et sans complexe.***

Le Blog

Mon souhait : décomplexer la consommation du vin et faire découvrir des produits de qualité au plus grand nombre.



NOS DÉGUSTATIONS

MES COUPS DE COEUR

BONS PLANS

LE VIN C'EST SIMPLE

LE VIN & VOUS

MARION F ?



Nos dégustations

Retrouvez ici les comptes rendus des dégustations que j'organise, avec le classement réalisés par les participants et toutes les informations relatives aux vins dégustés.



Mes coups de coeur

Des articles sur mes coups de coeur du moment ou encore des reportages vidéos sur mes petits préférés des salons des vigneron indépendants.



Bons plans

Ma sélection de vins à ne pas manquer sur les salons, les foires aux vins, des invitations gratuites, des promotions, etc...



Le vin c'est simple

Soyons décomplexés ! Découvrez l'essentiel pour comprendre le vin.



Le vin & vous

Des interviews de restaurateurs, de blogueur, de passionnés mais aussi des gens comme vous et moi !

L'audience

Une audience qualifiée et en attente de conseil.

Mes lecteurs

Mon blog s'adresse principalement aux novices qui ne connaissent pas le milieu du vin. Cette population est véritablement en attente de conseil. Bien entendu, les amateurs de vins font également partie de mes lecteurs.

Mon audience

En fonction de l'actualité du vin, de 50 à 250 visiteurs uniques par jour !
24 200 pages vues depuis la mise en ligne en Septembre 2009.
Un temps moyen passé sur le site de 1,35 mn.

50 à 250 visiteurs par jour.

24200 pages vues depuis la mise en ligne en Septembre 2009.

2,24 pages vues par visite en moyenne.

1,35 mn en moyenne passé sur le site.

Une audience internationale : France, Belgique, Suisse, Canada et Royaume-Uni.

319 fans Facebook

La tendance

Internet devance les guides d'achat ou la presse écrite magazine comme source d'information privilégiée pour préparer un achat de vin...

Le baromètre SOWINE / SSI 2010 atteste du rôle primordial des nouvelles technologies, d'Internet et des réseaux sociaux dans le comportement des consommateurs de vin en France. **Le consommateur français a soif... d'informations !** L'étude démontre que 70% des Français considèrent le vin comme un produit « à part », différent des autres alcools même si 63% d'entre eux se disent néophytes ou débutants en la matière. Et **78% des sondés estiment qu'il est nécessaire de s'informer avant d'acheter du vin.**

Le vin et la gastronomie : le sujet favori des lecteurs de blogs et utilisateurs de forums En plus des sites web des producteurs, les blogs et forums s'imposent comme des sources d'informations auxquelles les consommateurs accordent une confiance prépondérante. **45% de ces lecteurs et utilisateurs fréquentent spécifiquement les blogs** et forums traitant de vin et de gastronomie : **87% ont une confiance marquée dans l'information qu'ils y trouvent.** Une activité plus soutenue sur les réseaux sociaux pour les acheteurs de vin. L'étude montre que **les acheteurs de vin ont une activité fréquente sur les réseaux sociaux** (26% plus élevée que la moyenne), que ce soit pour y chercher de l'information, y donner des conseils ou simplement pour dialoguer.

Un panier moyen multiplié par près de 4 sur Internet.

Le baromètre souligne les différences entre les comportements d'achat de vin sur Internet versus l'activité offline. Le panier moyen sur le web est près de 4 fois supérieur à celui en circuit traditionnel. Ceci dit, **60% des consommateurs préparant leurs achats vin sur Internet finissent par acheter dans le monde réel.** Preuve de l'importance des nouvelles technologies dans la décision d'achat, qu'elle soit online ou offline !

*Source : BAROMÈTRE SOWINE/SSI 2010 : INTERNET, LES RÉSEAUX SOCIAUX & LE VIN.
site : www.sowine.com. blog : sowine.typepad.fr. Enquête réalisée auprès d'un échantillon de 1 003 personnes représentatif de la population française entre le 22 et le 29 janvier 2010.*

CONTACT

pour toute demande d'information :

marion@ingoodwinetrust.com

+33 (0)6 63 02 72 43

 <http://www.facebook.com/ingoodwinetrust>

 <http://twitter.com/ingoodwine>
