



Productschap Wijn Marketing Awards 2009

Juryrapport 28-09-09

Categorie Wijnimporteurs

De Productschap Wijn Marketing Awards zijn een jaarlijkse bekroning voor de beste marketinginspanningen in de Nederlandse wijnbranche. Doel van de Marketing Awards is professionalisering van de branche.

In de categorie Wijnimporteurs was de jury onder de indruk van de diversiteit aan inzendingen, variërend van min of meer traditionele promotiecampagnes tot de ontwikkeling en introductie van een nieuw product, promotiefilms, wijncommunities, en ontwikkeling van een leertraject voor de verkoop van wijn. De jury heeft alle inzendingen beoordeeld op de criteria innovativiteit, creativiteit, originaliteit, effectiviteit en cijfermatige onderbouwing. Opvallend was het ontbreken van informatie over effectiviteit danwel cijfermatige onderbouwing van veel campagnes.

Uit de inzendingen zijn vier genomineerden voorgedragen. De genomineerden in de categorie 'Wijnimporteurs' zijn:

- J.J.C Kwast Wijnkopers B.V. met de promotiecampagne Croft Pink Port
- Groupe LFE met de introductie van Osborne Rosafino Rosé
- Derrick Neleman van Bonnature Holding B.V. met de promotiefilm over biologische wijn Kissed by the Grape
- Oud Reuchlin & Boelen in samenwerking met Het Wijninstituut met het verkoopboek/leertraject 'Ik verkoop wijn in de horeca'

De jury prijst de inzendingen van Kwast Wijnkopers en Groupe LFE vanwege de betrokkenheid van de importeurs bij de ontwikkeling en marketing van succesvolle productintroducties. De jury prijst de inzending van Derrick Neleman vanwege de originele vertaling van en promotie van een maatschappelijk relevante ontwikkeling in de branche. De jury prijst de inzending van Oud Reuchlin en Boelen in samenwerking met Het Wijninstituut vanwege het belang voor de gehele branche van professionalisering van de verkoop door middel van het informeren, adviseren en overtuigen van de consument.

Groupe LFE wint de Productschap Wijn Marketing Award in de categorie Importeur met de case Osborne Rosafino Rosé. Het concept Rosafino is het initiatief geweest van de Nederlandse marketeers van Groupe LFE. Het prille idee om Rose wijn te maken volgens de techniek van sherryproductie ontstond in Nederland. Vanaf dat moment is men intensief betrokken geweest bij het traject, vanaf productontwikkeling, inclusief samenstelling van de blend, tot en met de ontwikkeling van label, flesvorm en de marketingcampagne. De jury prijst Groupe LFE voor haar visie en ziet de nauwe samenwerking tussen productontwikkeling en marketing als belangrijke succesfactor. Om die reden verleent de jury verleent haar de hoogste eer.

Categorie Niet-wijnimporteurs

In de categorie 'Niet-wijnimporteurs' was de jury gecharmeerd van het gebruik van nieuwe media en de toepassingen van innovatieve verpakkingen voor de promotie van wijn. De jury roept alle partijen in de branche die tot deze categorie behoren op vooral aandacht te besteden aan het meten van effectiviteit en cijfermatige onderbouwing van de marketing inspanningen.

De genomineerden in de categorie 'Niet-wijnimporteurs' zijn:

- Alterego Marketing met de promotiecampagne 'In welke wijnmood ben jij?'
- Wine Masters met 'Wine Masters, het uitzendbureau voor wijnadviseurs'
- Winetracks International met de herpositioneringscampagne van Canei

De jury prijst de inzending van Alterego vanwege het innovatieve gebruik van nieuwe media en het inspelen op de rol van gevoelens bij de besluitvorming door de consument. De jury prijst Wine Masters voor haar ondernemerschap en lef die bijdragen tot professionalisering van de gehele branche. De jury prijst de inzending van Winetracks International vanwege de gedegen marketing marketingcampagne die heeft geleid tot een succesvolle herpositionering van Canei.

Alterego wint de Productschap Wijn Marketing Award in de categorie 'Niet-wijnimporteurs'. De campagne 'In welke wijnmood ben jij', met bijbehorende website, maakt indruk doordat het nieuwe media op creatieve en originele wijze gebruikt om de aansluiting te creëren tussen een product dat bij uitstek appelleert aan gevoelens van de consument en de rol van gevoelens in het keuzeprocess. Om die reden verleent de jury verleent haar de hoogste eer.

Jury

De vakjury van de 'Productschap Wijn Marketing Awards 2009':

Mw. Prof. dr. ir. Kitty Koelemeijer, hoogleraar retail & marketing Nyenrode Business University (juryvoorzitter)

Mr. Hans N. Burghoorn, Secretaris Productschap Wijn (jurysecretaris)

Dhr. Arend Heijbroek, Associate Director Beverages & Dairy, Rabobank (jurylid)

Drs. Peter Boterman, Director Strategic Services & Development, Heinz Nederland (jurylid)

Dhr. Harold Hamersma, wijnschrijver/journalist (jurylid)

Dhr. Hans Schipper, Managing Director, JF Hillebrand Benelux BV (jurylid)

Den Haag, 28 september 2009