



Marketing

Scenari di marketing del vino. Una prospettiva al femminile

Andrea Rea (a cura di)
(FrancoAngeli - Viale Monza,
106 - 20127 Milano; 2009;
formato cm 15,5x22,5;
pagine 216; euro 25)



In occasione del suo 20° compleanno l'Associazione nazionale «Le donne del vino» ha voluto promuovere un'indagine su se stessa e sul mercato del vino, i cui risultati sono riportati nel presente volume, che celebra questo importante traguardo in un modo certamente felice, proponendo un ricco insieme di elementi di informazione, riflessioni e prospettive operative nella cruciale area delle relazioni tra imprese vitivinicole e mercato.

L'opera, che è la prima di una nuova collana dell'Osservatorio marketing del vino della SDA Bocconi, inquadra in primo luogo l'Associazione come una comunità interprofessionale nella quale si delineano anime diverse per sensibilità e visione di mercato e che si qualifica, pertanto, come un laboratorio ideale per la ricerca di nuovi e più efficaci modelli per interpretare il mercato del vino e le sue opportunità. Si mette anche in evidenza che «Le donne del vino» ritengono essenziale per la competitività delle imprese una loro decisa e definitiva evoluzione verso un pieno orientamento al mercato, che realizzi un'offerta attenta al cliente e ricca di componenti immateriali da valorizzare con politiche di comunicazione che devono diventare sempre più articolate. L'indagine fa emergere tuttavia quanto una prospettiva di questo genere sia ambiziosa; le stesse intervistate compongono un quadro della platea dei clienti delle imprese del vino quanto mai variegato e come tale assai difficile da conoscere in profondità.

Gli studiosi che hanno curato la ricerca propongono un'ampia riflessione su alcuni dei temi, richiamati dalle interviste alle «Donne del vino», giudicati prioritari rispetto allo sviluppo di nuove politiche di marketing. Analizzano il tema delle esperienze del vino e del suo mondo da parte del pubblico, il rapporto tra impresa vitivinicola e territorio e le politiche di marca. Questa parte del testo rappresenta certamente un interessante stimolo, per gli operatori del settore e gli studiosi del mercato del vino non specialisti di marketing, a confrontarsi con una letteratura ampia e qualificata in grado di inquadrare temi, trattati spesso con semplice empirismo, in una prospettiva più scientifica. Certo, più che risposte i lettori troveranno stimoli a porsi delle domande e questo è certamente un merito.

Per esempio, in tema di «marketing esperienziale», materia molto approfondita nel testo, il volume induce a chiedersi come l'impresa media possa sviluppare quel talento - profondamente umano - capace di provocare l'empatia tra pubblico e testimone

del vino necessaria per rendere veramente memorabile l'esperienza del loro incontro ed essenziale, quindi, per utilizzare efficacemente i «ricettari» proposti dalla letteratura. O ancora, come superare gli elementi che nel mondo del vino ostacolano la realizzazione di efficaci politiche di marca, individuati nel testo nella scarsa conoscenza che le imprese hanno del loro pubblico e nell'omologazione dei valori di cui le imprese del vino sono portatrici? Infine, in un panorama di imprese tanto eterogeneo per dimensione e tipologia di offerta, qual è il marketing giusto nelle diverse situazioni? Certamente, grazie all'alta qualificazione di chi anima il suddetto Osservatorio marketing del vino, i prossimi contributi aiuteranno a rispondere a queste e ad altre domande. **E.P.**

Guide

Agriturismo e vacanze in campagna 2010

(Touring Editore - Strada 1,
Palazzo F9 - 20090
Milanofiori-Assago (MI);
2010; formato cm 13,5x23;
pagine 588; euro 20)



La guida segnala oltre 1.500 strutture agrituristiche (di cui 216 novità), distribuite tra mare, collina e montagna, adatte a tutti i gusti (dai semplici rustici di campagna agli ambienti più raffinati ed eleganti), selezionate in tutta Italia con un'attenzione particolare al rapporto qualità/prezzo. Gli esperti del Touring hanno privilegiato le strutture caratterizzate dall'amore per il territorio, i suoi prodotti, i suoi valori, da un ambiente tranquillo, dalla buona tavola e dall'accoglienza familiare e sottolineano come questa formula sia una realtà sempre più viva e apprezzata.

Il volume è articolato per regione, ciascuna delle quali è introdotta da una utilissima cartina geografica in cui sono segnalate le strutture descritte, per ciascuna delle quali vengono fornite tutte le informazioni (quali la descrizione dell'esercizio, i servizi e le attività organizzate per gli ospiti, i prodotti in vendita, l'eventuale presenza di coltivazioni biologiche e di allevamenti animali, la dislocazione rispetto ai centri di interesse turistico) necessarie per scegliere la struttura più adatta alle proprie esigenze. Segnala infine le località aderenti a Bandiere arancioni, il marchio assegnato ad alcune realtà che vantano un patrimonio storico e ambientale di particolare interesse e si distinguono per la qualità dell'accoglienza. **V.C.**

Segnalazioni

Funghi d'Italia

(Zanichelli Editore - Via Irnerio, 34 -
40126 Bologna; 2008; formato cm 17x24;
pagine 624; euro 55,50)

Il volume descrive con rigore scientifico oltre 1.600 specie di basidiomiceti sia attraverso schede che ne riportano i caratteri pe-

culari, sia mediante numerose e dettagliate illustrazioni a colori (oltre 5.000), rappresentanti più esemplari della stessa specie, allo scopo di evidenziare tutti gli elementi morfologici utili a una loro rapida individuazione.

L'opera intende soddisfare non solo le esigenze del semplice appassionato, ma anche del micologo più esperto; si propone inoltre di fornire in maniera semplice, facilmente accessibile e sintetica, un quadro il più completo possibile della ricchissima flora macrofungina presente nel nostro paese. È completata da un glossario dei principali termini tecnici, dall'indice dei nomi latini e da una ricca bibliografia.

Guida ai migliori vini d'Italia 2010. 100 vini da non perdere

Ian D'Agata, Massimo Claudio Comparini

(Guido Tommasi editore - Datanova -
Via de Togni, 27 - 20123 Milano; 2009;
formato cm 11,5x22; pagine 288; euro 17)

La guida, giunta ormai alla 5ª edizione, illustra i 100 migliori vini dell'anno, cui è stato attribuito un punteggio superiore a 90 centesimi; alcuni, che hanno ottenuto lo stesso punteggio, sono stati classificati a pari merito, per cui in realtà ne sono descritti oltre un centinaio, tutti valutati alla cieca. In ogni caso non può essere esaustiva, anche se aiuta il lettore a conoscere meglio il nostro straordinario patrimonio vinicolo. Si distingue per il fatto di essere priva di pubblicità e di indicare la fascia di prezzo dei singoli vini nella vendita al dettaglio; quelli accompagnati da un asterisco indicano l'ottimo rapporto qualità/prezzo, ovvero un vino che in enoteca costa meno di 15 euro.

Alimenti e alimentazione. Chimica, igiene degli alimenti e tecnologia dei processi alimentari

Marino Melissano
(Edagricole - Il Sole 24 Ore Business Media -
Via Goito, 13 - 40126 Bologna; 2009;
formato cm 17x24; pp. XII-356; euro 28)

Il volume affronta in modo chiaro e rigoroso un argomento che interessa tutti coloro che hanno a cuore il proprio benessere. È articolato in vari capitoli che prendono in esame la composizione chimica, la merceologia degli alimenti e delle bevande; la nuova dieta mediterranea; l'analisi delle tecnologie alimentari quale mezzo di conservazione e di innovazione dei prodotti; il packaging; l'importanza della tracciabilità e rintracciabilità dei cibi, i metodi di identificazione degli ogm e gli alimenti biologici. Nella parte finale grande risalto viene dato al problema delle diete, dei modelli alimentari e alle principali patologie legate all'alimentazione. L'opera è indirizzata in particolare agli studenti del corso di laurea in Scienze dei consumi alimentari e della ristorazione della Facoltà di agraria e a quelli degli Istituti alberghieri.