

COMUNICAZIONE D'IMPRESA

Il vino con gli occhi delle donne

Andrea Rea firma il primo volume di una collana su fine food & beverage

FEDERICA CIGALA

"Nel momento in cui uno decide di impegnarsi, la provvidenza gli viene in aiuto. E accadono cose che altrimenti non sarebbero mai successe. Qualunque sia la cosa che potete fare o sperare di fare, intraprendetela. L'audacia è genialità, potere e magia. Iniziate ora!".

Non è un caso che l'incoraggiamento ad intraprendere di Goethe accompagni l'invito a partecipare ad un'iniziativa dedicata al nettare degli dei e che vede le donne protagoniste.

Oggi, "in un'epoca in cui la produzione del vino è di moda generando fenomeni di massa e passione, nel cambiamento del ruolo dell'azienda e del suo marchio, nell'equilibrio tra il vecchio e il nuovo, il ruolo delle donne produttrici in Italia rappresenta una realtà qualificata, ampia, emergente volta a farne la differenza", spiega Andrea Rea, docente di marketing

ed autore di "Scenari di marketing del vino. Una prospettiva al femminile" (Franco Angeli editori), un'indagine approfondita dell'universo rosa del vino oggi e della sua influenza nel settore produttivo.

Questo è anche il primo volume di una nuova collana, dedicata al Fine Food & Beverage, a cura dell'Osservatorio Marketing del Vino della Sda Bocconi, che dal 2004 ha iniziato ad

indagare questo mondo affascinante quanto illuminante.

Un libro, quello di Rea, voluto dall'Associazione delle donne del vino in occasione del loro ventennale nell'ambito dei tre incontri in tre città d'Italia (Napoli, Trapani, Verona), dedicati ai "Dialoghi sul marketing della nuova era del vino".

Prima tappa, il capoluogo partenopeo presso la Feltrinelli di piazza dei martiri, martedì 27 ottobre, al saluto di Elena Martusciello timoniera delle Cantine Grotta del Sole di Quarto e delegata regionale campana dell'associazione, fa seguito l'intervento di Rea che individua i caratteri distintivi del mondo produttivo femminile scaturito dal sondaggio in apertura del suo testo, su oltre duecento associate, di cui più di cinquanta campane.

Emerge così un ritratto di donna imprenditrice a tutto tondo, mamma e moglie, versatile e votata alla comunicazione, attenta al cliente in chiave moderna con vero senso dell'azienda, un grandissimo rispetto per la passione del prodotto, e per la tutela del territorio e dei valori familiari.

Ed ancora Rea, da professore di Marketing e Brand management alla Sapienza di Roma e responsabile dell'Osservatorio marketing del vino della Sda Bocconi, traccia le cinque strategie di marketing, ben approfondite nel volume, quali "l'accoglienza, l'interpretazione del punto vendita come luogo di incontro e di

servizi, il tema del territorio come capacità di fare network, il marketing esperienziale, quello del marchio, stile e impronta dell'azienda, da poter applicare in altri contesti competitivi oltre quello del vino: filo conduttore quindi la creazione di valore per il cliente.

L'occhio alla conservazione del vino, come sfida a colmare il gap di professionalità, è di Fulvio Moreddu, titolare di un'azienda di sughero e sponsor della terna di incontri, ad informare sulle caratteristiche e qualità della materia deputata al buon imbottigliamento.

Passione per il vino, poliedricità, capacità di trasformazione del marchio in opportunità del mondo femminile.

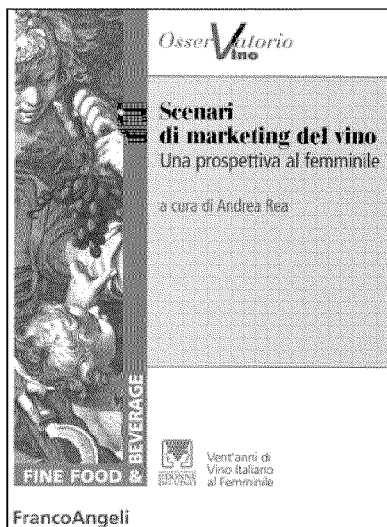
La testimonianza arriva in chiusura da Pia Donata Berlucci, alla guida del gruppo di donne produttrici italiane e capitano dell'azienda omonima, che invita all'ottimismo per superare i momenti di crisi economica evidenziando il significato etimologico di due termini: dalla parola crisi che in latino equivale a pericolo a quella di discrimen, soluzione da intendere come speranza, l'augurio è di continuare a sopravvivere nel tentativo di lavorare trovando sempre la sua soluzione.

E per finire un brindisi in compagnia dei relatori e delle donne del vino campano presente all'incontro, esempio di valida intraprendenza al femminile del nostro territorio.



Da sinistra: Fulvio Moreddu, Pia Donata Berlucci, Elena Martusciello e Andrea Rea

Il ruolo delle produttrici rappresenta in Italia una realtà qualificata, ampia ed emergente: insomma le imprenditrici sono protagoniste del mercato



Il libro è stato presentato nel corso di un incontro alla libreria Feltrinelli di Piazza dei Martiri alla presenza di Pia Donata Berlucci

SCENARI DI MARKETING DEL VINO
Andrea Rea
Editore FrancoAngeli
pagine 216
euro 25,00

