

In Vino Veritas: buone pratiche di marketing contro l'analfabetismo enogastronomico

Dr. Katia Laura Sidali

22 giugno 2017

In Vino Veritas...

- **APERITIVO:** Cosa succede nella food economics?
- **VINO DELLA CASA:** Divergenze e parallelismi tra Food & Wine Economics
- **LA GRAN RISERVA:** Come mi creo una nicchia e, nel frattempo, riesco anche a migliorare il mondo (... *almeno un po'*)
- **DI TUTTO UN SORSO:** Conclusioni e prospettive per il futuro

Portereste a cena la vostra dolce metà in un ristorante il cui proprietario ...

- ... si fa chiamare „Franco Sporco“
- ... vi riserva un tavolo solo se gli piace il tono della vostra voce
- ... prepara specialità a base di pesce
- ... tra un piatto e l'altro canta brani di Harry Belafonte
- ... si aspetta che anche voi cantiate con lui

- e che, soprattutto,

**.....vi serve al tavolo così
vestito ??????!!!!**



Alienazione dei consumatori odierni dai sistemi agricoli di produzione

NUOVA CULTURA ALIMENTARE?

Globalizzazione

- Sistemi di produzione anonimi e standardizzati



Retrò

- Alla ricerca di tradizione e



Scandali alimentari

- Origine degli alimenti e produzioni poco trasparenti



Attivismo gastronomico come reazione alla crescente alienazione dei consumatori

In questo contesto il “locale” si tinge di nuove colorazioni semantiche



Il Locale = Marchio di qualità

Consumatori: le specialità regionali come

RICONGIUNGIMENTO

- Con la natura (Winter 2005):
 - Consumo a basso impatto ambientale
- Con se stessi (Sims 2009)
 - Rafforzamento della propria identità
- Con i produttori
 - Prezzo equo e giusto
- Con una cultura non standardizzata
(Ri)personalizzazione degli alimenti come reazione alla globalizzazione

Produttori: le specialità regionali come

RICONGIUNGIMENTO

- Crescente utilizzo di marchi e certificazioni
 - Come strategia di riduzione dell'assimmetria informativa (Nelson 1970)
 - Come strategia di legittimazione (Moral legitimacy, Ilbery et al. 2005)
- Adozione di pratiche di commercializzazione

Personalizzazione della catena del valore

Esplícito rifiuto di adottare la GDO (Ilbery 1999)



Nu

1 1 3 5 3

Kipadopties



- Eieren afhalen
- De kip en het ei
- Word partner
- Adoptie verlengen
- Kippenmail
- Kaartje sturen?
- Europees Bio-keurmerk
- Wie zijn wij?

Ik heb al een kip geadopteerd. En jij?

Tienduizenden Nederlanders hebben inmiddels een biologische kip geadopteerd. En het aantal blijft maar groeien. Logisch. Want het lekkerste eitje is een adoptiekip-eitje. Gelegd door een kip die buiten scharrelt tussen de struiken, regelmatig lekker in de zon een zandbad neemt, verse graankorrels pikt, haar snavel houdt en een haan in de buurt heeft. Een kip, kortom, die een kipvriendelijk leven leidt. Als je voor een kipadoptie kiest, dan geniet jij van haar eieren en de kip van het buitenleven. Fair deal, toch?



» [+](#) DELEN [f](#) [t](#) [...](#)

Kippen kijken

Adopteer een Kip- buiten



Nieuws

Bericht van de pluimveehouderij

8 februari 2013

Circa 30 biologische en vrije uitloop pluimveehouders en andere geïnteresseerden waren begin januari naar de Flevopolder gekomen om zich te laten informeren over de mogelijkheden van wilgenteelt in de kippenuitloop. Deze bijeenkomst maakte onderdeel...

[lees meer](#) [➔](#)

Curry maaltijdsoep met ei

31 januari 2013

Soep doet het altijd goed in de winter. Lekker warm, voedzaam en makkelijk te maken!

Benodigdheden (4 personen) 2 teentjes knoflook, 2 uien, 3

**Alta personalizzazione
del prodotto**



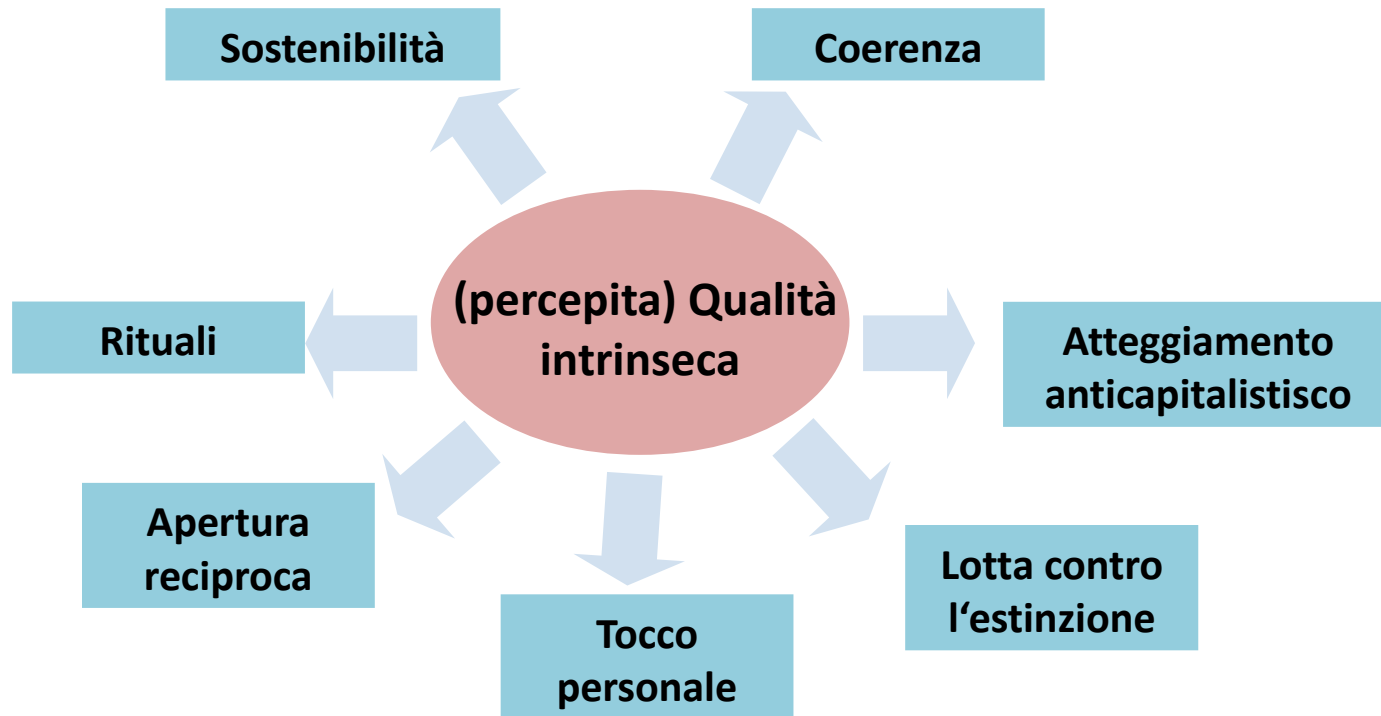
**Bassa
personalizzazione
della filiera**

**Alta
personalizzazione
della filiera**



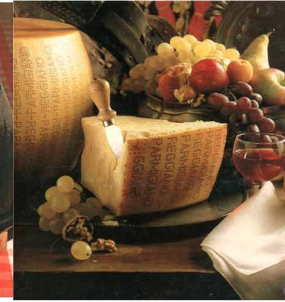
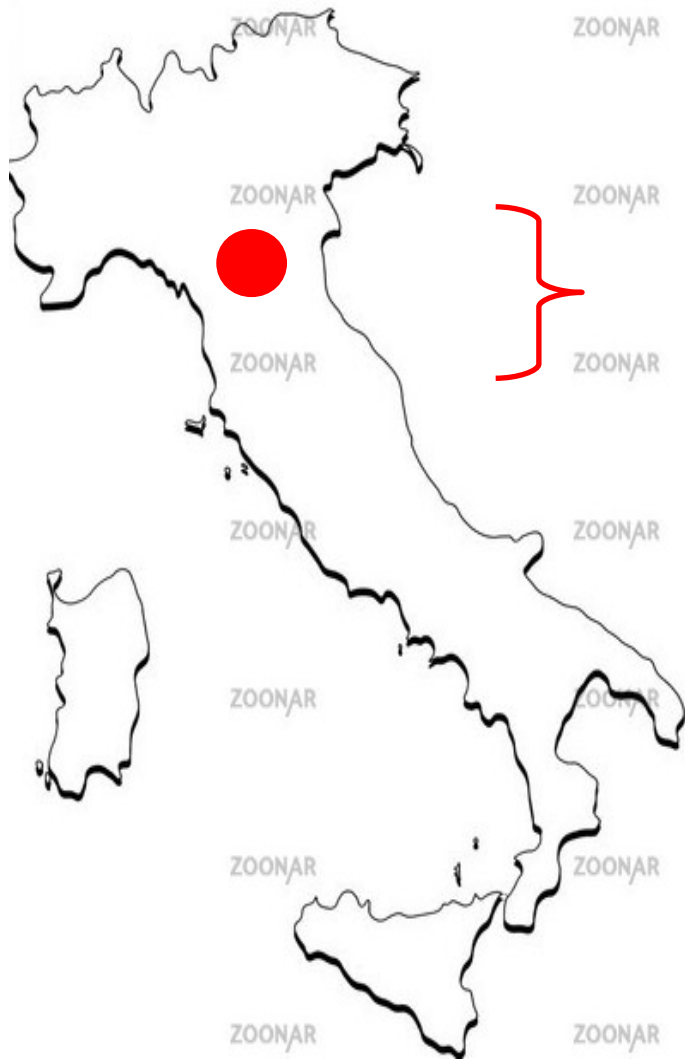
**Bassa personalizzazione
del prodotto**

Caratteristiche delle nicchie basate su cultura e identità



Coerenza

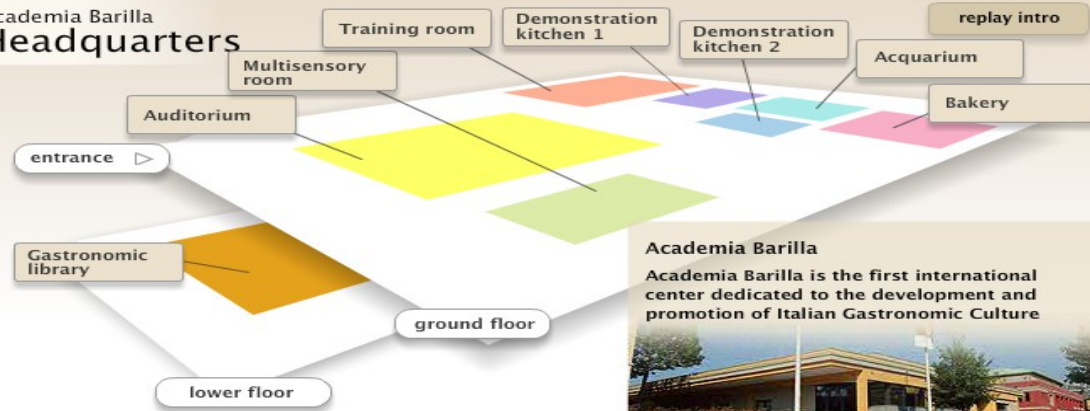
- Promozione coerente delle **caratteristiche materiali** (ingredienti) e **immateriali** (storia, tradizione) dei prodotti tipici
- Stimolare la creazione di un „Circuito della conoscenza“ (Ilbery & Kneafsey 1999: 2213)
- Far leva su un sistema di valori identificabile (coerenza = Embeddedness)



ITALIAN FOOD ACADEMY

+1 0 f Gefällt mir 16 t Tweet 1 Share 8

Academia Barilla Headquarters




Academia Barilla
Academia Barilla is the first international center dedicated to the development and promotion of Italian Gastronomic Culture



Es. 1: Marchio ombrello (marchio regionale)

- E' un marchio generale che raggruppa diverse sottomarche

- Marchio grafico 



- Significa: origine altoatesina e qualità certificata di tutti gli alimenti e i prodotti agricoli altoatesini
 - 11 sottomarche



Mele



Speck



Vini

Südtirol Wein 
Vini **Alto Adige**



Un esempio di artigianato del vino dall'Alto Adige



Il mestiere del bottaio è un mestiere tradizionale. Oltre alle botti, fabbrica vari tipi di contenitori di legno. Nei dintorni di Bolzano, i bottai si occupavano soprattutto della fabbricazione di botti da vino, tini, mastelli e altri attrezzi usati nella viticoltura, unendo le doghe (strisce ricurve di legno) con cerchi di legno o di ferro. Ancora oggi nell'area vacanze Bolzano Vigneti e Dolomiti vi è una bottega di bottaio attiva.

Botti antiche usi moderni: desinare in una botte al Torggkeller di Chiusa



Atteggiamento anticapitalistico

- Agire fuori dagli schemi, rifiuto di utilizzare il sistema capitalistico classico di stile fordiano (Dagevos 2009, Fonte 2002)
- Contrasto con il principio dell' Homo Oeconomicus classico che è alla base della teoria economica neoclassica:
 - Dal diniego ad assumere un atteggiamento „attivo“ nella gestione del proprio business (cf. Cederholm & Hultman 2010)
 - All'adozione di caratteristiche negative (Disarmonia intenzionale)

Atteggiamento anticapitalistico

Desidera per l'ultima volta l'averlo scorso, ma i figli Nicola e Anastasia con lo zio Renato. Adesso, dopo la sua morte, sono loro a conservare intatto questo luogo sfuggito all'ottologizzazione commerciale e per questo irripetibile. «Non toccheremo niente» dice Nicola ricordando il padre terrorizzato già all'idea di dare una mano di bianco. Certo, ci sono volute parecchie deleghe consentite dalle vicine di bottega storica ottenute grazie al Comune, ma alla fine questo piccolo scenario di una Bologna anni '50 si salverà inalterato, vivo senza irrigi.

Osteria del Sole

“Questa bottega storica baluardo di democrazia”



OSTERIA del SOLE
BOLOGNA 1465

Storia
News
Dicono di Noi
I Vini
Dove Siamo

Osteria del Sole | Articoli democrazia
Valerio Varesi - LA REPUBBLICA, 16 Luglio 2006

“Un luogo dall'atmosfera magica e unica, in piena sintonia con lo stile di Vuitton...”
IL RESTO DEL CARLINO, 16 settembre 2006

“Cambieranno i vini, le etichette, ma non l'osteria: sarebbe un danno incalcolabile per la cultura della città...”
“BOLOGNA TRA STORIA E OSTERIE”
Alessandro Molinari - Edizioni Pendragon, 2001

“Si presenta benissimo qua”, dice lei, “ma devi portarti il cibo”.
“BOLOGNA BLES”
Robert Havelange - Edizioni Mammucari c/

Lotta contro l'estinzione

- Il posizionamento da „eroe contro le avversità“ (Underdog) è una strategia molto efficace:
 - Cattura l'attenzione
 - Cambia la prospettiva trasformando gli svantaggi in vantaggi (piccole dimensioni di un'operazione agrituristica, la produzione stagionale)
- E' utilizzata spesso dalle multinazionali
 - „almost everyone believes Apple was started in a garage“ (Paharia et al. 2011: 775)

E' però particolarmente credibile se messa in atto da imprenditori piccoli o di medie dimensioni

Lardo di Colonnata



Vitovska



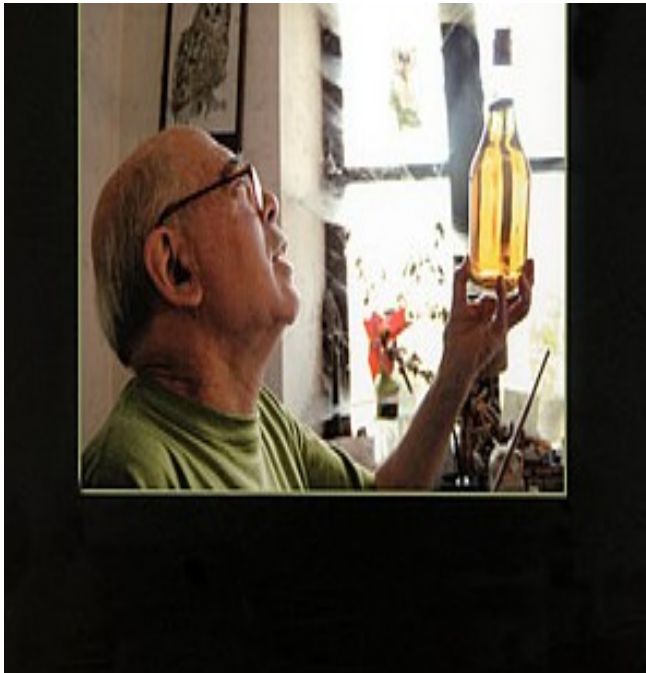
Personal touch / Body language

- La corporalità è frequentemente usata nella commercializzazione di prodotti eno-gastronomici
- In combinazione con la produzione di alimenti è vista come un'opera artistica
 - Creatività
 - Unicità (prodotti irripetibili)
 - Consumo dimostrativo (effetto Veblen)

Personal touch / Body language



Personal touch / Body language



Conoscenza reciproca

- E' l' „apertura all'altro“ dei suoi sentimenti, del suo stile di vita della sua visione del mondo all'interno di un contesto ludico-commerciale
- Implica assoluta reciprocità
 - Il produttore assume un ruolo di „filtro interpretativo“ dei sentimenti del cliente e reagisce con empatia (Bruhn et al. 2013)

Il *Törggelen* o anche l'*Andar* per frasche,

- *Törggelen*: Conclusa la vendemmia, si soleva festeggiare degustando il vino novello nella *Stube* (=cucina) dei contadini che coltivano l'uva e con tradizionali piatti contadini.
- Il termine *Törggelen* deriva dal latino "torquere", ossia torcere, schiacciare nel torchio, riferito alla pigiatura dell'uva.

La birra Zoigl



Rituali

- I rituali rafforzano il sentimento di appartenenza all'interno di un gruppo
- La pratica di mangiare la fonduta assieme o bere il caffè valdostano viene sollecitata con la finalità di :
 - Rafforzare un legame emozionale fra i commensali
 - Creare un legame emozionale fra i clienti e il produttore

Rituali



Rendere visibile la sostenibilità

- La crescente importanza che i consumatori attribuiscono ai prodotti a basso impatto ambientale apre nuove possibilità di differenziazione strategica per i produttori
- La letteratura dimostra un chiaro collegamento tra la sostenibilità e i distretti eno-gastronomici più virtuosi (Lee & Wall 2012)

[Kuh-Patenschaft](#)
[Was ist die Kuh-Patenschaft](#)
[Wie werde ich Kuh-Pate](#)
[Kühe](#)
[FAQ](#)

Was ist die Kuh-Patenschaft

Als Bio-Molkerei sind die gesunden Kühe unserer Bio-Bauern unser wichtigstes Gut. Sie liefern täglich den wertvollen Rohstoff für die Produkte von ANDECHSER NATUR, auf deren Genuss und Qualität unsere Verbraucher seit Jahrzehnten vertrauen. Mit der Kuh-Patenschaft können Milchliebhaber jetzt einen eigenen Beitrag zum Erfolg des ökologischen Landbaus leisten und gleichzeitig persönlich einzigartige Einblicke gewinnen.

Unsere Kuh-Patenschaften können für je ein Jahr übernommen werden. Jeder Pate erhält ein Patenschaftsbild mit allen wichtigen Informationen zu "seiner" Kuh, die ihm zweimal jährlich als Dankeschön ein ANDECHSER NATUR Genusspaket mit vielen köstlichen Bio-Produkten zukommen lässt. Auch sonst bleibt der Pate über alle wichtigen Ereignisse im Leben seiner Paten-Kuh auf dem Laufenden – sei es Nachwuchs, der Beginn der Weidesaison oder neue Informationen zu Ihrem Wohnort, dem Bio-Hof. Zum Geburtstag und zu Weihnachten gibt es ebenfalls liebe Grüße aus dem Bio-Stall.

Und einmal im Jahr wird jeder Pate zu einer exklusiven Veranstaltung in die Andechser Molkerei Scheitz eingeladen. Dort darf er sich auf eine Führung durch die Produktion, ein informatives Treffen mit einem unserer Bio-Landwirte und natürlich auf eine Verkostung der ANDECHSER NATUR Bio-Produkte in unserem Hofladen freuen.

Unsere Bio-Bauern und auch wir als Molkerei freuen uns sehr, dass



Jetzt Kuh-Pate werden

Patenschaft verschenken

**Kosten 87 Euro
Laufzeit 1 Jahr**

Conclusioni

- L'alienazione è un prodotto della globalizzazione
- L'analfabetismo eno-gastronomico può essere visto come una sfida da cogliere
- Una strategia di nicchia basata sulla cultura e l'identità apre nuove possibilità di posizionamento per i piccoli produttori di specialità eno-gastronomiche



Grazie per l'attenzione



E-Mail: ksidali@unibz.it