

365.592

M. Ciaschini, C. Socci (a cura di) **ECONOMIA DEL VINO**

FrancoAngeli

ECONOMIA DEL VINO**Tradizione e comunicazione**

a cura di
Maurizio Ciaschini
Claudio Socci

Presentazione di Mario Morcellini

Il presente volume raccoglie una serie di contributi incentrati sull'economia del vino, inteso, quest'ultimo, quale prodotto tradizionale che tuttavia, rivolgendosi al mercato globale, vi si qualifica come elemento strategico per il paese e presuppone indispensabili politiche di comunicazione.

Oggi il vino, ma occorre dire il *prodotto vino di qualità*, assume delle caratteristiche che appartengono a quei prodotti attraverso i quali i vari paesi sperano di competere sul mercato globale. Il *prodotto vino di qualità* deve inglobare valenze sempre più immateriali connesse non soltanto alla qualità intrinseca, ma anche a quella evocata dalle metodologie produttive e dal contesto dal quale trae origine. Proprio dalla concentrazione di una grande tradizione storica su piccoli territori geografici da parte di un gruppo umano relativamente limitato deriva la decisa stabilità nei caratteri. In molti casi, l'identità locale è preponderante rispetto all'immagine aziendale. Nei tempi più recenti la lavorazione del vino è diventata, in maniera apparentemente paradossale, ancor più tradizionale del passato, ma, nel contempo, ha subito un mutamento radicale che ci consegna una nuova realtà produttiva. Le novità interessano in modo particolare i mercati di sbocco e le nuove tecniche di commercializzazione e comunicazione, le innovazioni di prodotto e di processo legate alla produzione vitivinicola a cui è strettamente connessa l'evoluzione delle interrelazioni industriali e l'incidenza di tale attività sulla intera struttura economica.

La scelta esplicita di questa raccolta è stata quella di collazionare, in lingua italiana, i lavori di ricercatori ed operatori, al fine di mostrare come, attorno a questa tematica, si stiano addensando interessi consapevoli, rispetto ad esperienze straniere di più lunga tradizione. Occasione di confronto e discussione dei lavori è stato il simposio internazionale *Enometrics XII* che si è tenuto presso la Facoltà di Scienze della Comunicazione dell'Università di Macerata, in collaborazione con *Vineyard Data Quantification Society* (VDQS).

Maurizio Ciaschini è preside della facoltà di Scienze della Comunicazione dell'Università di Macerata ove insegna Economia della Informazione e della Comunicazione ed è presidente di VDQS.

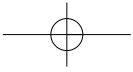
Claudio Socci insegna Economia dell'Impresa e del Territorio nella Università di Macerata.

€ 15,00 (U)

ISBN 978-88-464-9601-0



9 788846 496010

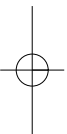
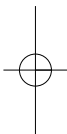


ECONOMIA DEL VINO

Tradizione e comunicazione

a cura di
Maurizio Ciaschini
Claudio Socci

Presentazione di *Mario Morcellini*



FrancoAngeli

