

ECONOMIA DEL VINO

Tradizione e comunicazione

INDICE

Autori		pag.	9
Prefazione. Il medium (di)vino. Sensi ed espressioni di un paesaggio letterario			
	<i>di Maurizio Morcellini</i>	»	11
Introduzione	<i>di Maurizio Ciaschini e Claudio Socci</i>	»	13
1. Il mercato mondiale del vino: scenario competitivo e dualismo tra vecchio e nuovo mondo			
	<i>di Eugenio Pomarici</i>	»	19
2. Lo scambio di informazione e conoscenza nel settore vitivinicolo: un'analisi delle reti sociali			
	<i>di Andrea Morrison e Roberta Rabellotti</i>	»	38
3. Relazione tra prezzo di mercato e caratteristiche intrinseche dei vino			
	<i>di Maurizio Ciaschini e Claudio Socci</i>	»	65
4. L'orientamento al mercato nelle aziende vitivinicole dell'Italia meridionale			
	<i>di Adele Coppola, Cristina Mele, Eugenio Pomarici, Silvia Raia</i>	»	79
5. Le strutture delle policy per il settore vitivinicolo			
	<i>di Maurizio Ciaschini, Rosita Pretaroli e Claudio Socci</i>	»	97
6. Redditività e costi di produzione dell'uva in Campania: confronto tra differenti condizioni di coltivazione			
	<i>di Eugenio Pomarici, Lucia Rocco e Caterina Iannini</i>	»	111
7. Denominazione d'Origine e Sviluppo Sostenibile, un'analisi dei Vini DOC EmilianoRomagnoli			
	<i>di Silvia Gatti</i>	»	126
8. Nuove tendenze: vino e turismo. Gli operatori vitivinicoli si adattano?			
	<i>di Stefania Chironi</i>	»	143
9. Profilo sensoriale dei Verdicchio di Matelica Docg			
	<i>di Lucia Bailetti e Roberto Potentini</i>	»	159

FrancoAngeli 2008 n° 365.592
ISBN 13: 9788846496010