



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

VI Edizione

SUMMER SCHOOL SANGUIS JOVIS

SANGIOVESE

PHYGITAL:

**L'impatto della tecnologia
dalla vigna al Metaverso**

Vendere vino ...

- Perché
- A chi,
- Come
- Dove

Alcune semplici riflessioni di
marketing

di Daniele Tirelli

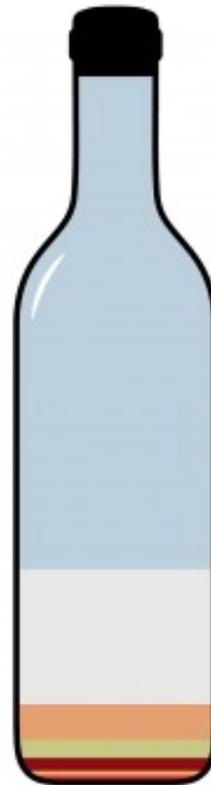


fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

L' oggetto della discussione

What Is in Wine?



- **85% Water**
- **10-15% Alcohol**
- **1% Glycerol**
- **0.5% Acid**
- **0.4% Carbohydrates or sugars**
- **0.1% Phenolics**
- **<0.1% Flavor** (Esters, Lactones, Thiols, Terpenes, & Pyrazines)

LOVE ● KNOW



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

L' oggetto: bevanda esilarante?

What Is in Wine?



- **85% Water**
- **10-15% Alcohol**
- **1% Glycerol**
- **0.5% Acid**
- **0.4% Carbohydrates or sugars**
- **0.1% Phenolics**
- **<0.1% Flavor** (Esters, Lactones, Thiols, Terpenes, & Pyrazines)

LOVE ● KNOW



	1901-1910	2003
Vino	119,6 lt	50,5 lt
Birra	1,1 lt	30,1 lt
Alcol	0,5 lt.	10,8 lt
Alcol puro	14,9 lt	7,4 lt

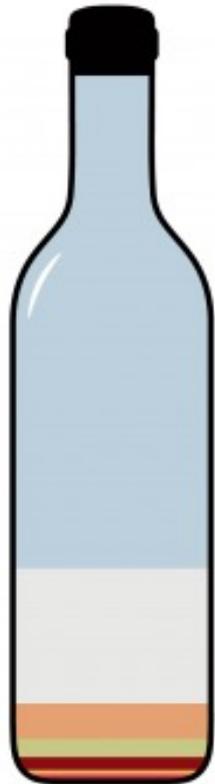


fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

L' oggetto: bevanda dissetante?

What Is in Wine?



- **85% Water**
- **10-15% Alcohol**
- **1% Glycerol**
- **0.5% Acid**
- **0.4% Carbohydrates or sugars**
- **0.1% Phenolics**
- **<0.1% Flavor** (Esters, Lactones, Thiols, Terpenes, & Pyrazines)



LOVE ● KNOW



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS



In quale periodo storico gli Italiani popolo di contadini costretti a bere vini annacquati, si è trasformato in un paese di sommelier?

“Una mezza castellata di mosto, 424 litri, una volta vinificata, dava circa 300 litri di primo vino, PREM VEN. Poi, aggiungendo acqua alle vinacce, si otteneva e’ MEZZ VEN (il secondo vino), poi e’ TERZANÉLL (il terzanello), poi ancora e’ SBARGÌ, e’ PUNTALON, la TURCIADURA e poi si sentiva nominare anche l’AQUADÉZ (acquadiccio) che veniva fatto con acqua di pozzo, o addirittura con acqua di fiume o di canale”.



Penso che la vendemmia e l'AGRICOLTURA DI
UNA VOLTA (quella fatta a mano e con il

Molto	16.8%
Abbastanza	41.3%
Poco	38.8%
Per niente	3.1%



fppt.com

Smart
RESEARCH



fondazione banfi
SANGUIS JOVIS

Tre italiani su quattro pensano che il vero sapere agricolo ce l'avevano i nostri bisnonni".

In quanto **CONSUMATORE ANCHE OCCASIONALE DI VINO**, in quale delle seguenti frasi ti identifichi meglio?

Bevo vino ma non posso davvero dire che me ne intendo	58.5%
Sono un BUON INTENDITORE ; conosco diversi vini e loro caratteristiche	36.2%
Per me bere vino è come bere acqua. Non mi faccio particolari problemi	3.3%
Sono un ECCELLENTE INTENDITORE di vino: ho fatto anche corsi da somellier	2.0%



fppt.com

Smart
RESEARCH

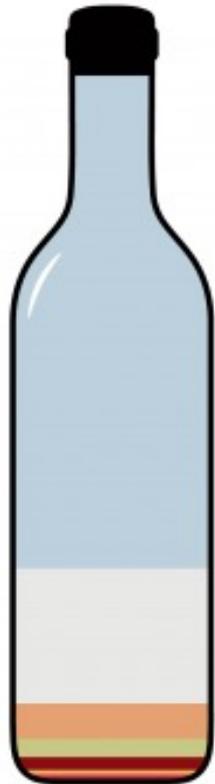


fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

L'oggetto: bevanda consolatoria?

What Is in Wine?



- **85% Water**
- **10-15% Alcohol**
- **1% Glycerol**
- **0.5% Acid**
- **0.4% Carbohydrates or sugars**
- **0.1% Phenolics**
- **<0.1% Flavor** (Esters, Lactones, Thiols, Terpenes, & Pyrazines)

LOVE • KNOW



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS



L'oggetto: bevanda celebrativa?

What Is in Wine?



- **85% Water**
- **10-15% Alcohol**
- **1% Glycerol**
- **0.5% Acid**
- **0.4% Carbohydrates or sugars**
- **0.1% Phenolics**
- **<0.1% Flavor** (Esters, Lactones, Thiols, Terpenes, & Pyrazines)



LOVE ● KNOW



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

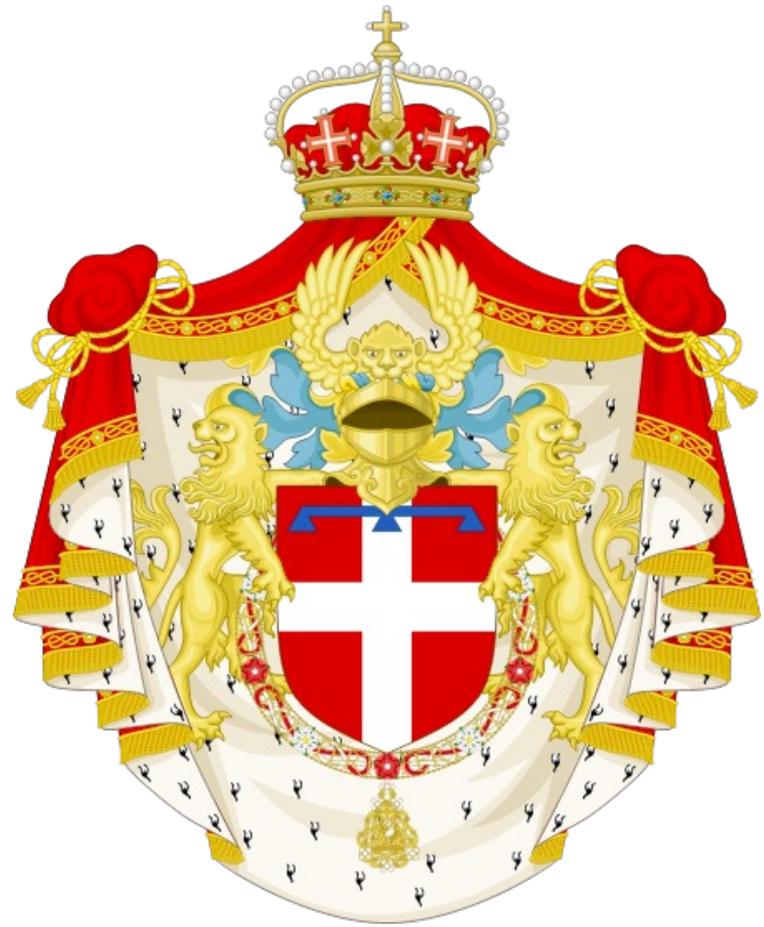
- Creare un marchio significa padroneggiare il linguaggio simbolico del vino





fondazione banfi

SANGUIS JOVIS



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

**Vino come bevanda multiforme,
multi-purpose
sì
...ma per chi?**



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Il target (...teorico)



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Il target vero: ... consumatori (veri)



I veri padroni nell'economia capitalista sono i **consumatori**.

Essi, comprando o astenendosi dall'acquisto, decidono chi deve possedere il capitale e gestire gli impianti.



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Il target vero: ... consumatori (veri)



Determinano cosa deve essere prodotto e in quale quantità e qualità.

Essi rendono ricchi i poveri e poveri i ricchi.



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Il target vero: ... consumatori (veri)



Non sono padroni tolleranti.

Sono pieni di capricci e fantasie, mutevoli e imprevedibili.



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Il target vero: ... consumatori (veri)



Sono **irriconoscenti** e a loro non importa nulla dei meriti passati.

Non appena viene offerto loro qualcosa che a loro piace di più o che è più economico, **abbandonano i loro vecchi fornitori.**



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Vendere vino, ... ma a qual fine?



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Vendere, ... ma a qual fine?



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Vendere, ... ma a qual fine?



Il profitto è la remunerazione del **rischio**.

Diversamente si chiama **rendita**.

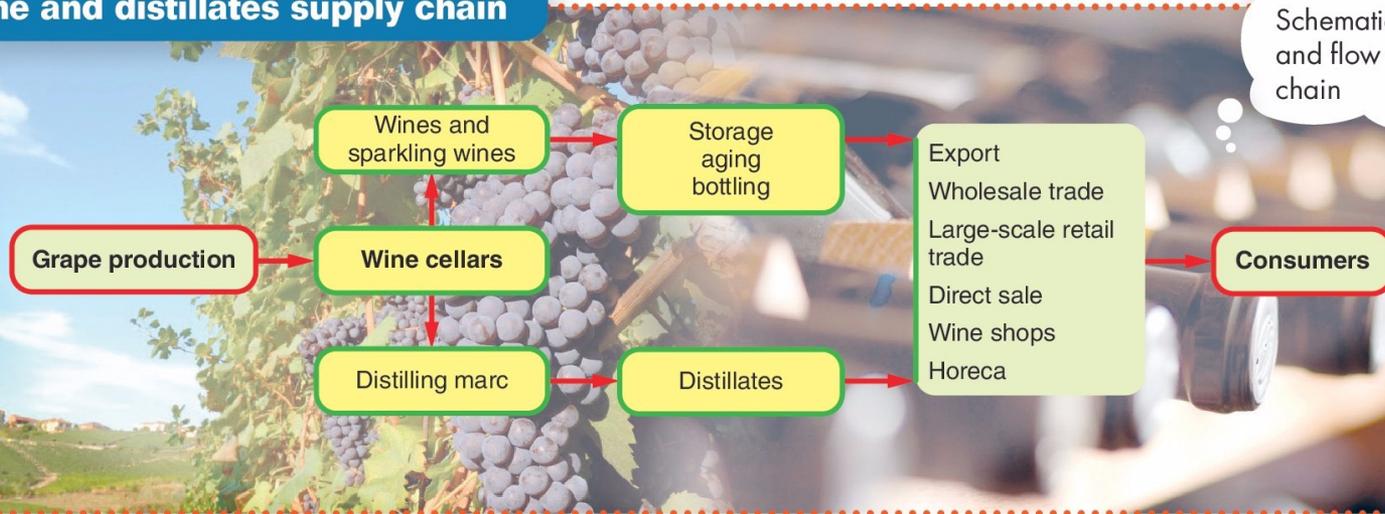


fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Profitto! E per chi?

D ■ Wine and distillates supply chain

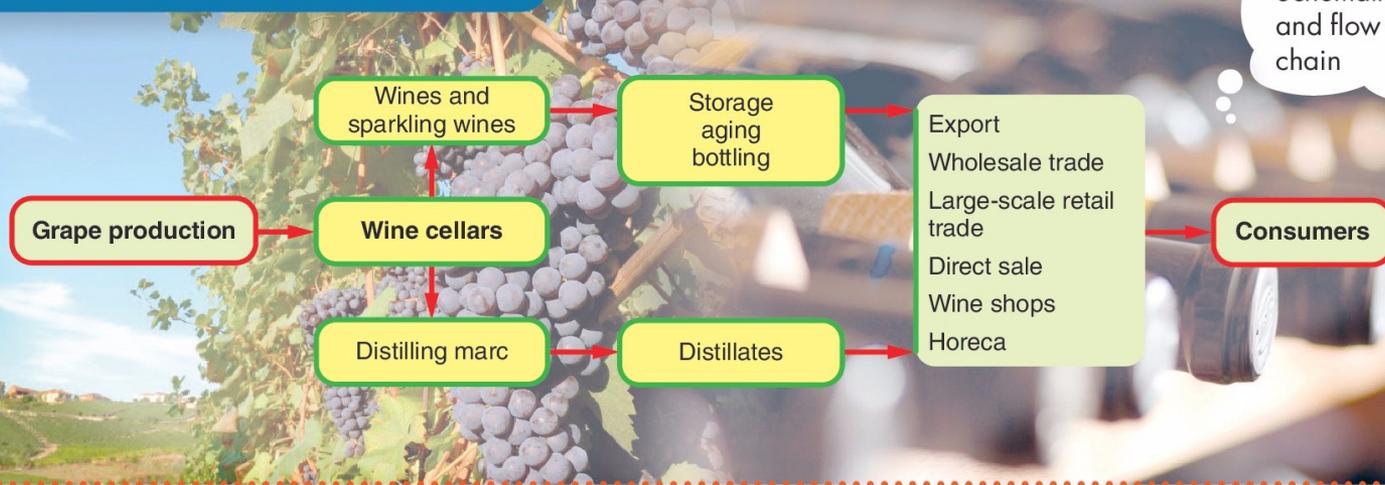


fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Profitto! E per chi?

D ■ Wine and distillates supply chain



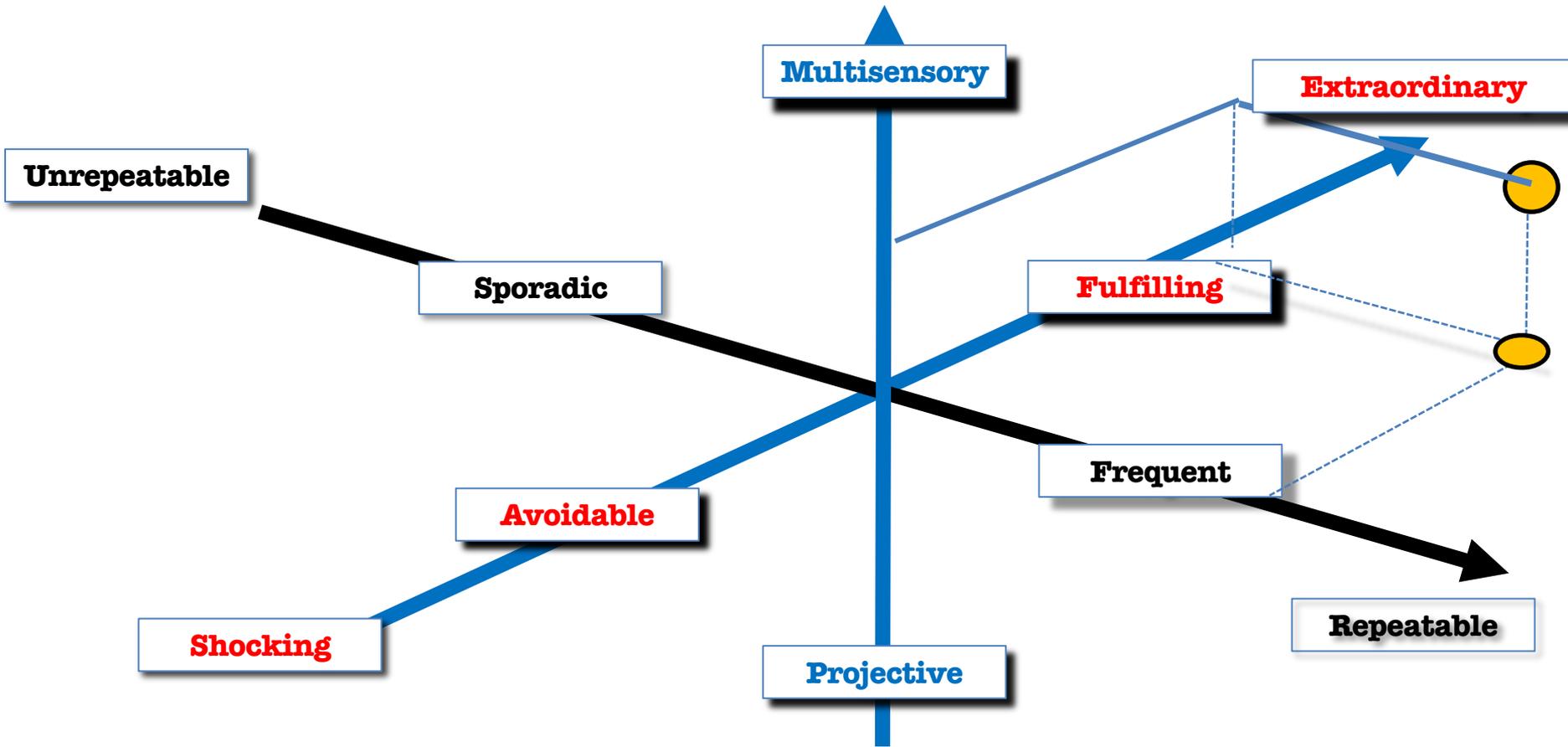
**Per tutti. Ma solo se c'è
la soddisfazione del cliente/consumatore.**



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

L'esperienza, la soddisfazione





fondazione banfi

SANGUIS JOVIS



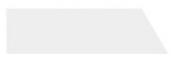
FRESH SAVINGS

Shop New Lower Prices and Bring Home the Best with Hot Daily Deals and Weekly

Shop Now

Explore our July Magazine to make the most of grilling season! >> [Read Now](#) |

Watch our latest livestream to celebrate everything that makes The Fresh Market America's Most Loved Market



fondazione banfi
SANGUIS JOVIS

<https://www.thefreshmarket.com/>

Due tipi di apprendimento dovuti alle attività di consumo determinano il cambiamento della domanda nel tempo.



Ulrich Witt

Da un lato, ci sono i **nuovi modi di soddisfare i bisogni di base** e, in particolare, di soddisfarli con nuove combinazioni, grazie all'apprendimento cognitivo.

D'altra parte, l'**insieme dei desideri** che le persone hanno non è invariante.

Cioè, la **cultura del consumo**, relativa all'insieme delle soluzioni disponibili nel cibo, si espande in forme sempre più sofisticate.



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Populuxe...

"L'innovazione può partire dai ranghi più bassi del popolo, ma la sua estensione dipende dall'esistenza di una certa componente di socialità elevata"

Gabriel Tarde (1903) -



Gabriel Tarde per primo affrontò il tema della divulgazione dei lussi o **populuxe**



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Populuxe...

Un'innovazione, sottolineava Tarde, entra nel mercato come la stravaganza di un'élite prima di trasformarsi definitivamente, passo dopo passo, in un bisogno di tutti e da tutti considerato indispensabile.

Quello che una volta era un lusso diventa nel tempo una necessità.



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Populuxe...



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS



Il contesto

**Anche il vino (come tutte le
merci) vive il processo di
Food Evolvation**

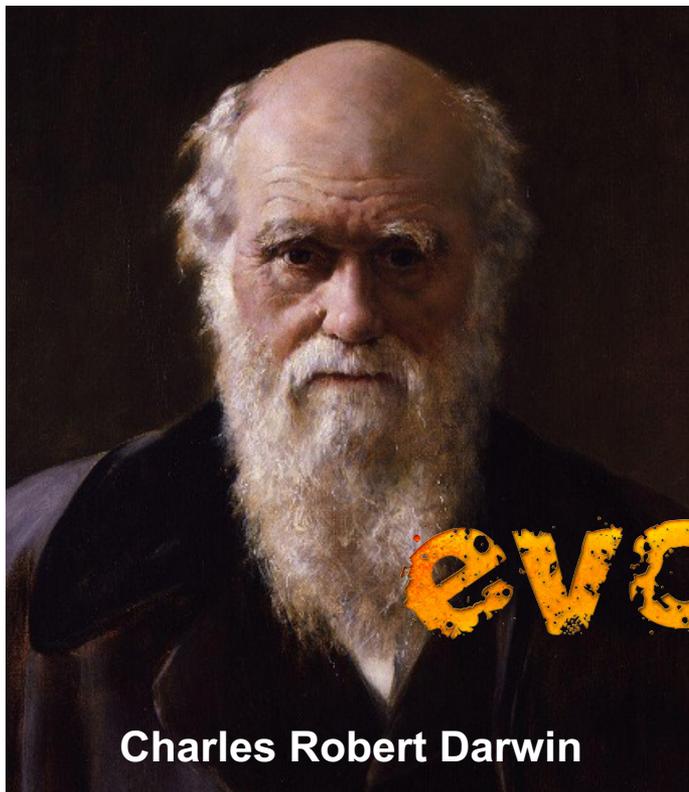


fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Food Evolvation

Due visioni in apparenza contrapposte

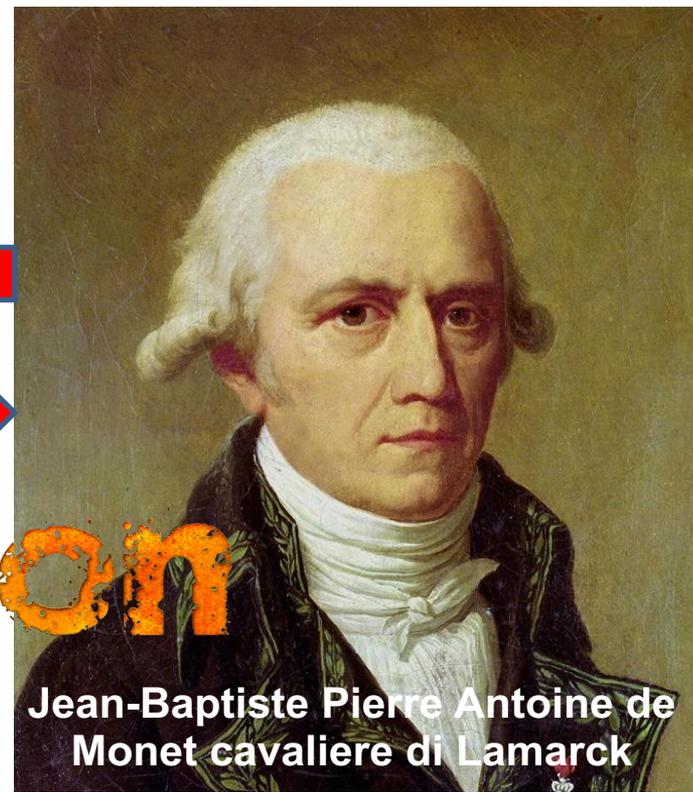


Charles Robert Darwin

aumento delle specie



evolution



Jean-Baptiste Pierre Antoine de Monet cavaliere di Lamarck

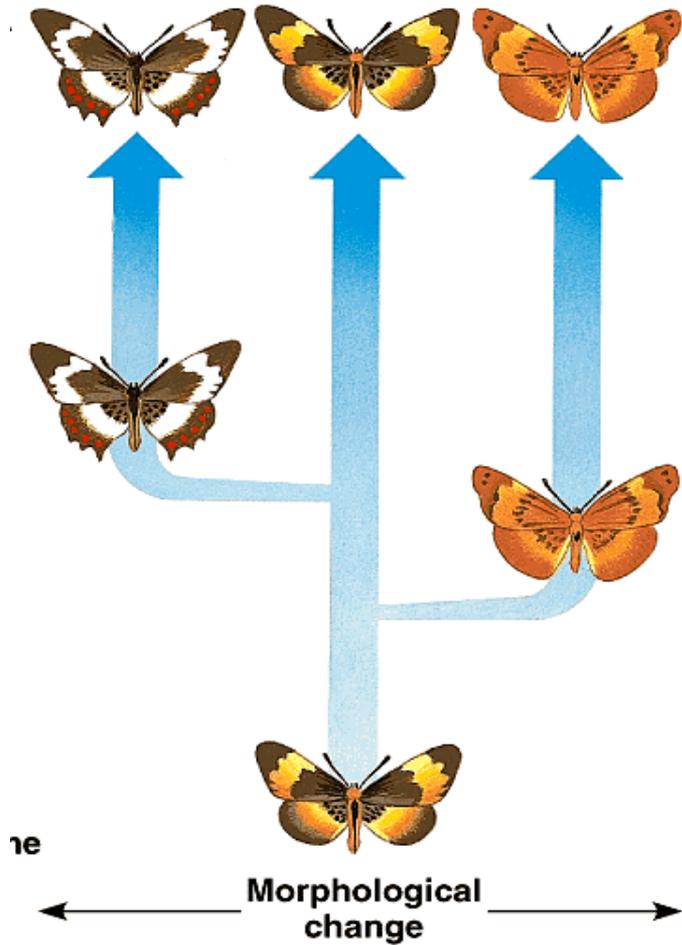
aumento della complessità



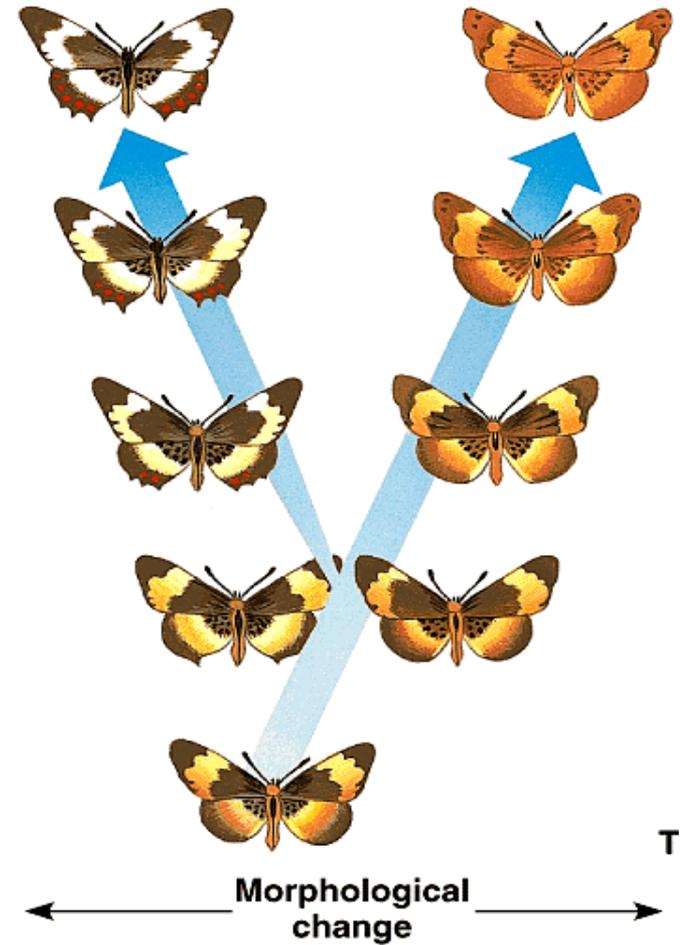
fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Food Evolution (la metafora)



(b) Punctuated equilibrium model



(a) Gradualism model

Copyright © Pearson Education, Inc., publishing as Benjamin Cummings.



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Wine Evolvation



Innovazione



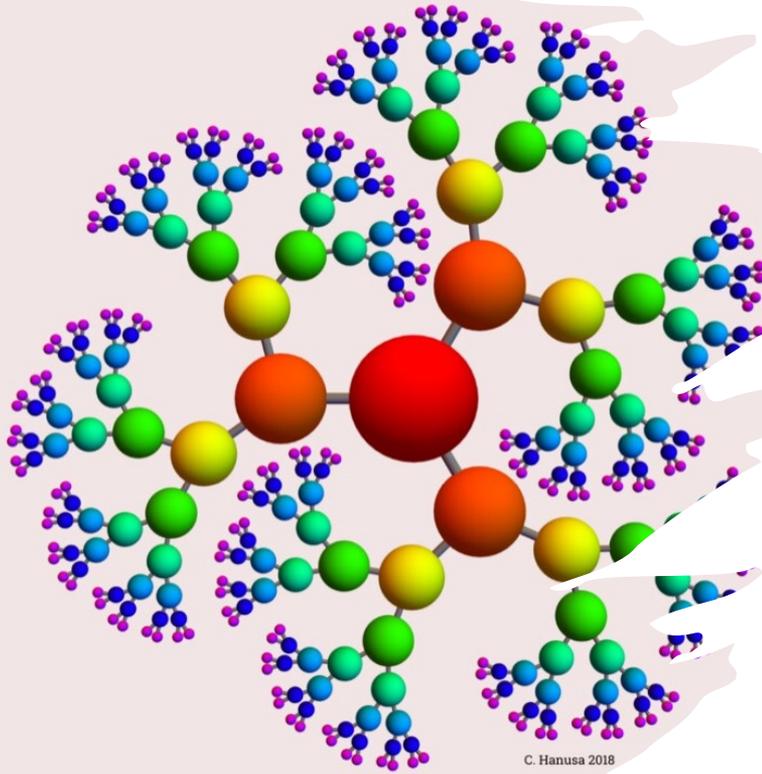
fondazione banfi

SANGUIS JOVIS



Adattamento evolutiva

Food Evolution & Fractal Growth



La crescita frattale dei vari punti critici nei modelli di diffusione assomiglia a ciò che accade nell'evolution alimentare.
Ma perché?



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

1970's

Future Shock

by

Alvin Toffler

'A disturbing
and challenging book'
DAILY EXPRESS



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Future Shock

by

Alvin Toffler

'A disturbing
and challenging book'
DAILY EXPRESS

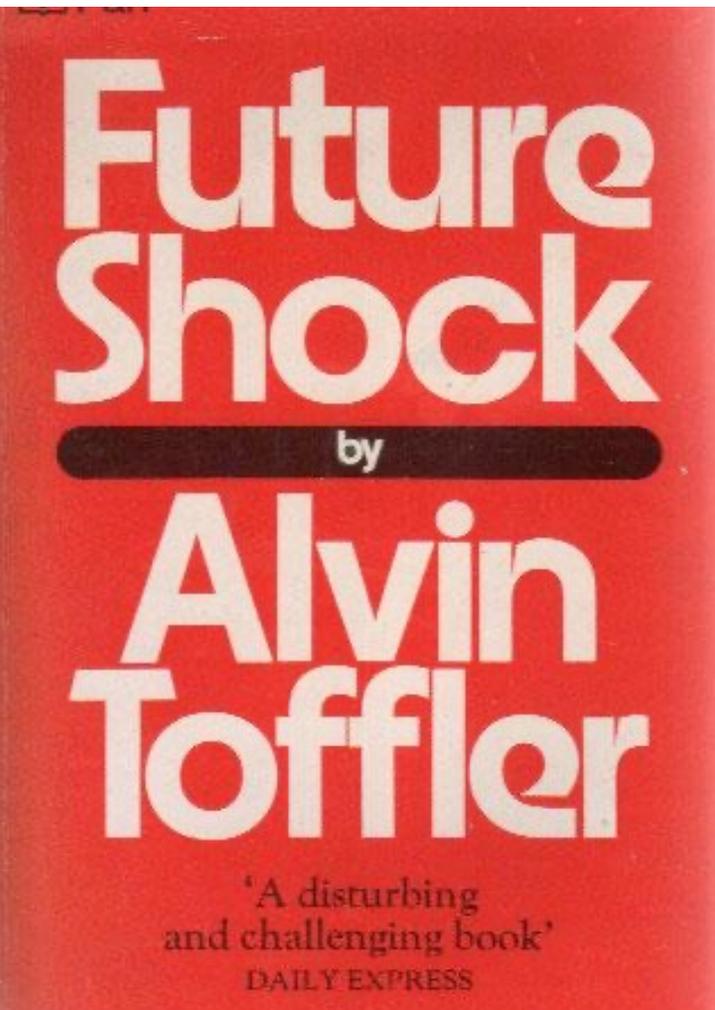
1970's

"Tra il 1950 e il 1963 il numero di saponi e detersivi differenti sullo scaffale del supermercato americano è aumentato da sessantacinque a 200; gli alimenti surgelati da 121 a 350; le miscele per dolci e la farina da 84 a 200. "



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS



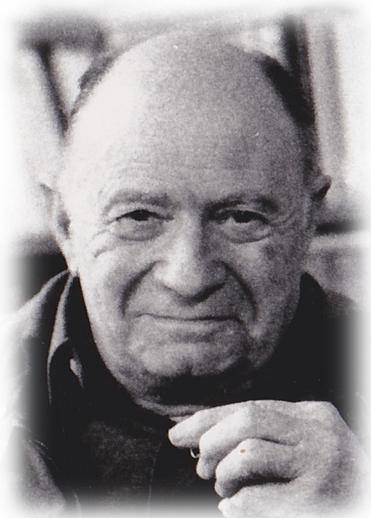
1970's

**Stiamo omogeneizzando l'intera
razza umana?**



fondazione banfi

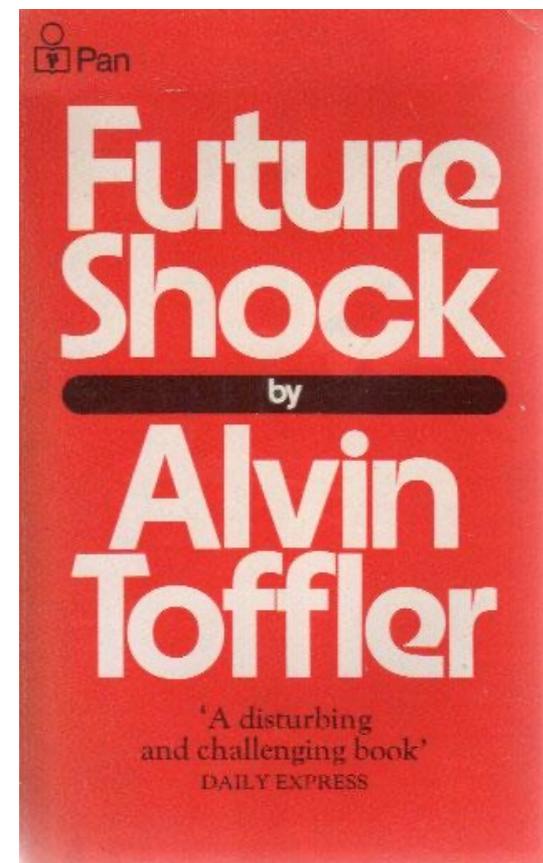
SANGUIS JOVIS



Secondo Jacques Ellul, l'uomo era molto più libero in passato quando "la scelta era una possibilità reale per lui".

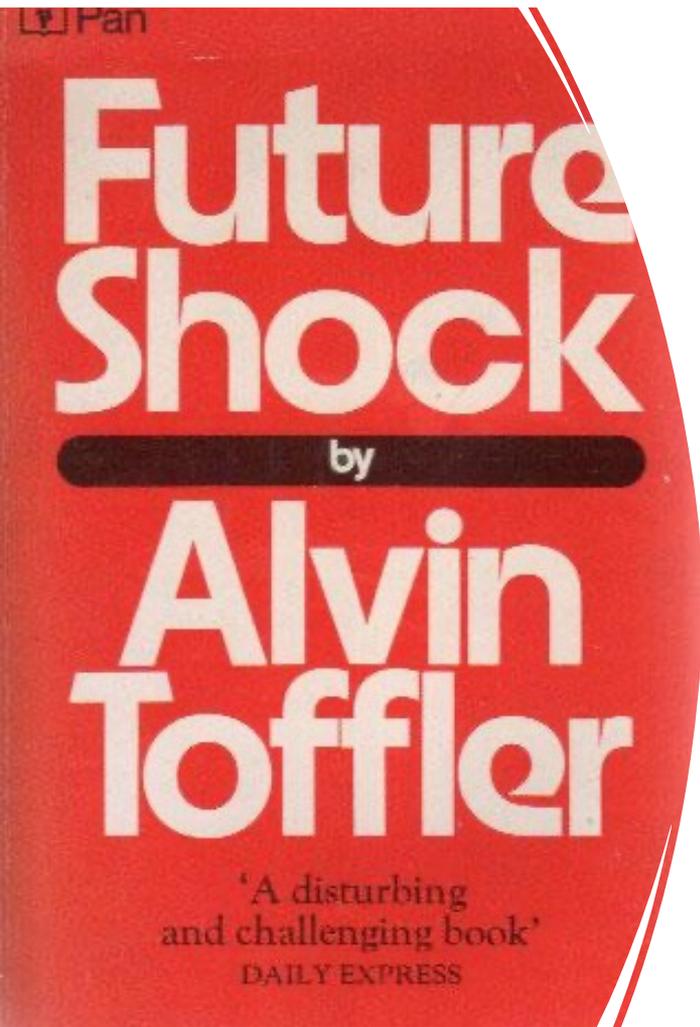
"L'essere umano non è più, in alcun modo, l'agente libero di scegliere."

1970's



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS



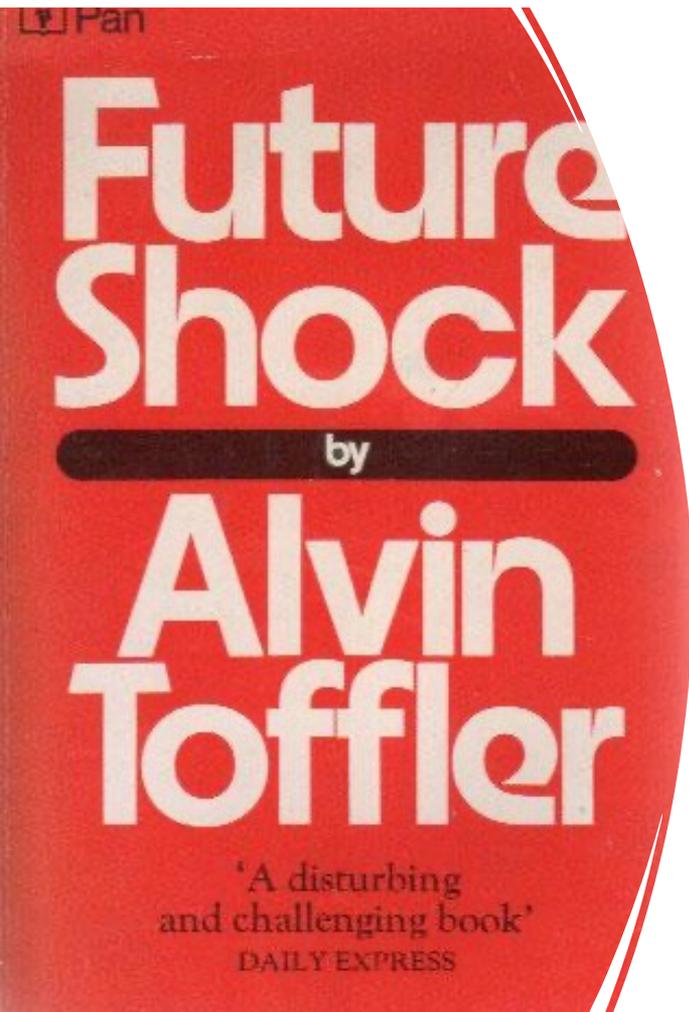
L'ambiente del marketing in questi tempi di nuova economia richiede urgentemente un nuovo modo di produzione.

1970's



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS



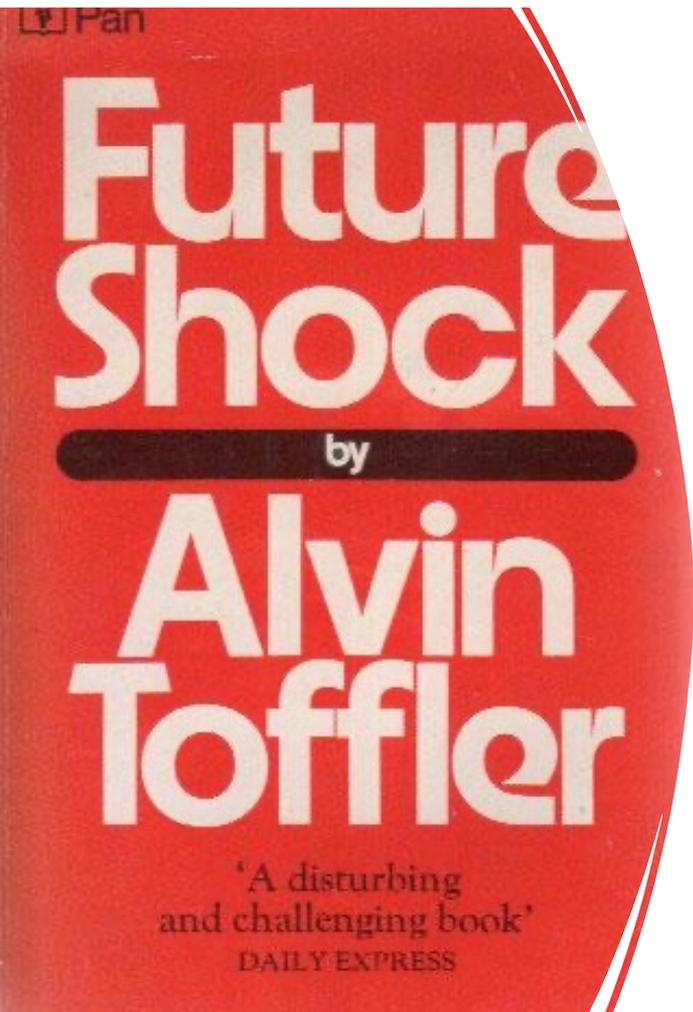
1970's

La massima libertà di scelta individuale è considerata un fondamento dell'ideale democratico.



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS



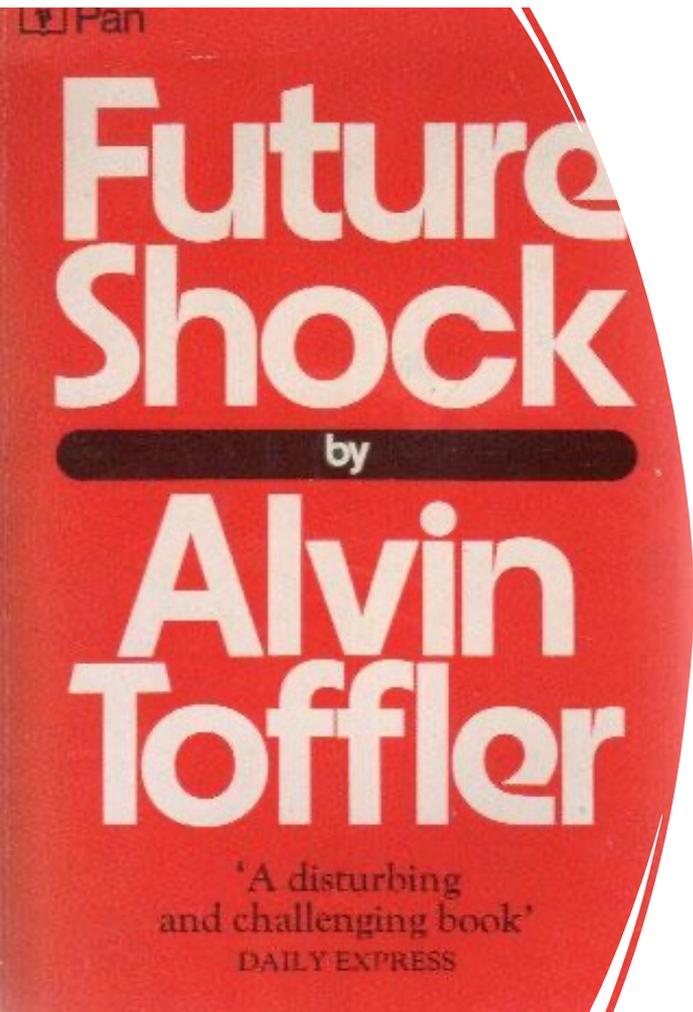
1970's

La gamma di prodotti offerti al consumatore è incomparabilmente più diversificata di quanto qualsiasi supermercato possa permettersi di immagazzinare.



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS



1970's

L'automazione libera la strada verso una diversità infinita, accecante e paralizzante".



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

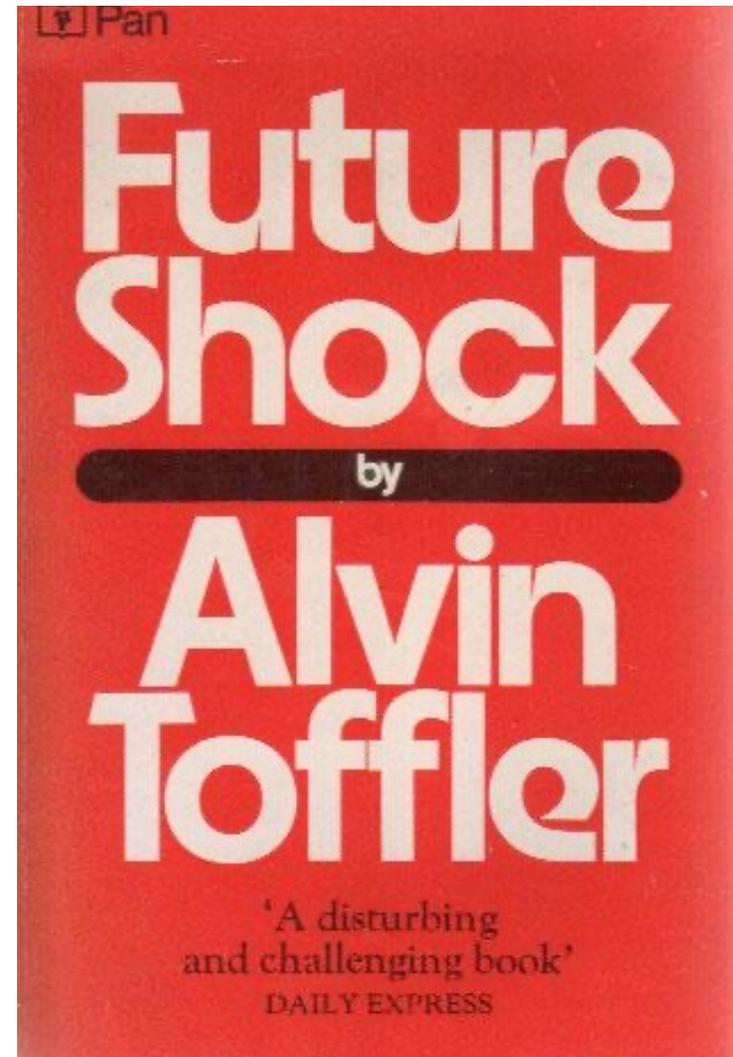
1970's

Gli unici limiti alla produzione e al consumo saranno solo quelli dell'immaginazione umana.



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS



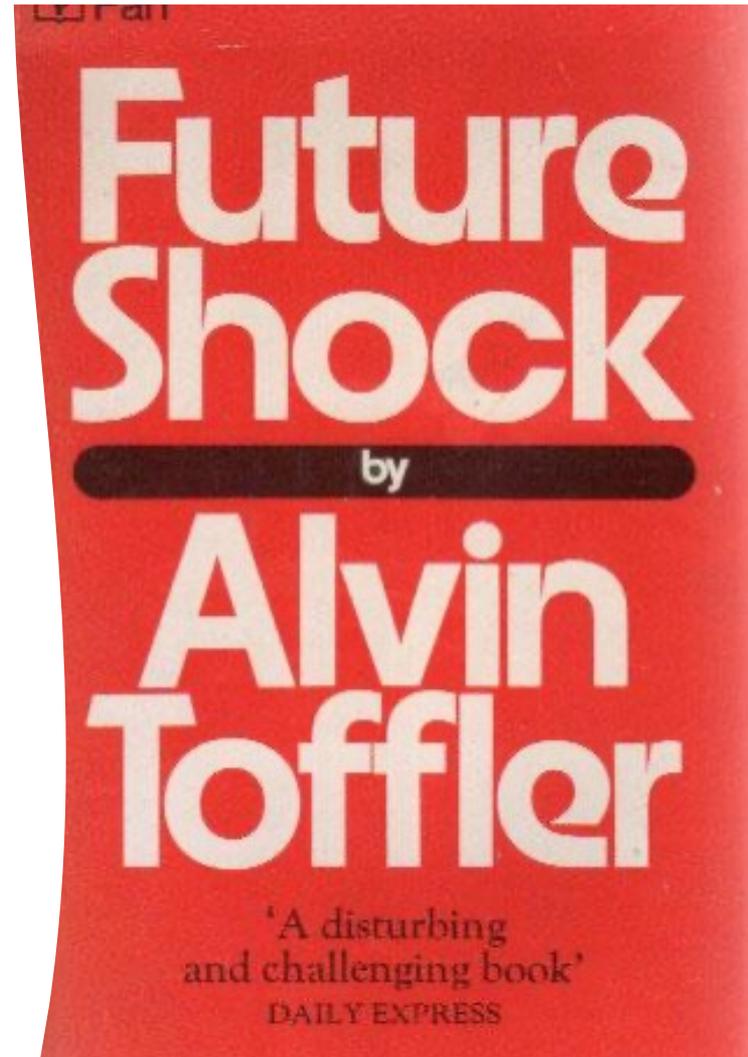
"Da una singola unità omogenea, il mercato di massa è esploso in una serie di mercati segmentati e frammentati, ognuno con proprie esigenze, gusti e stili di vita".

1970's



fondazione banfi

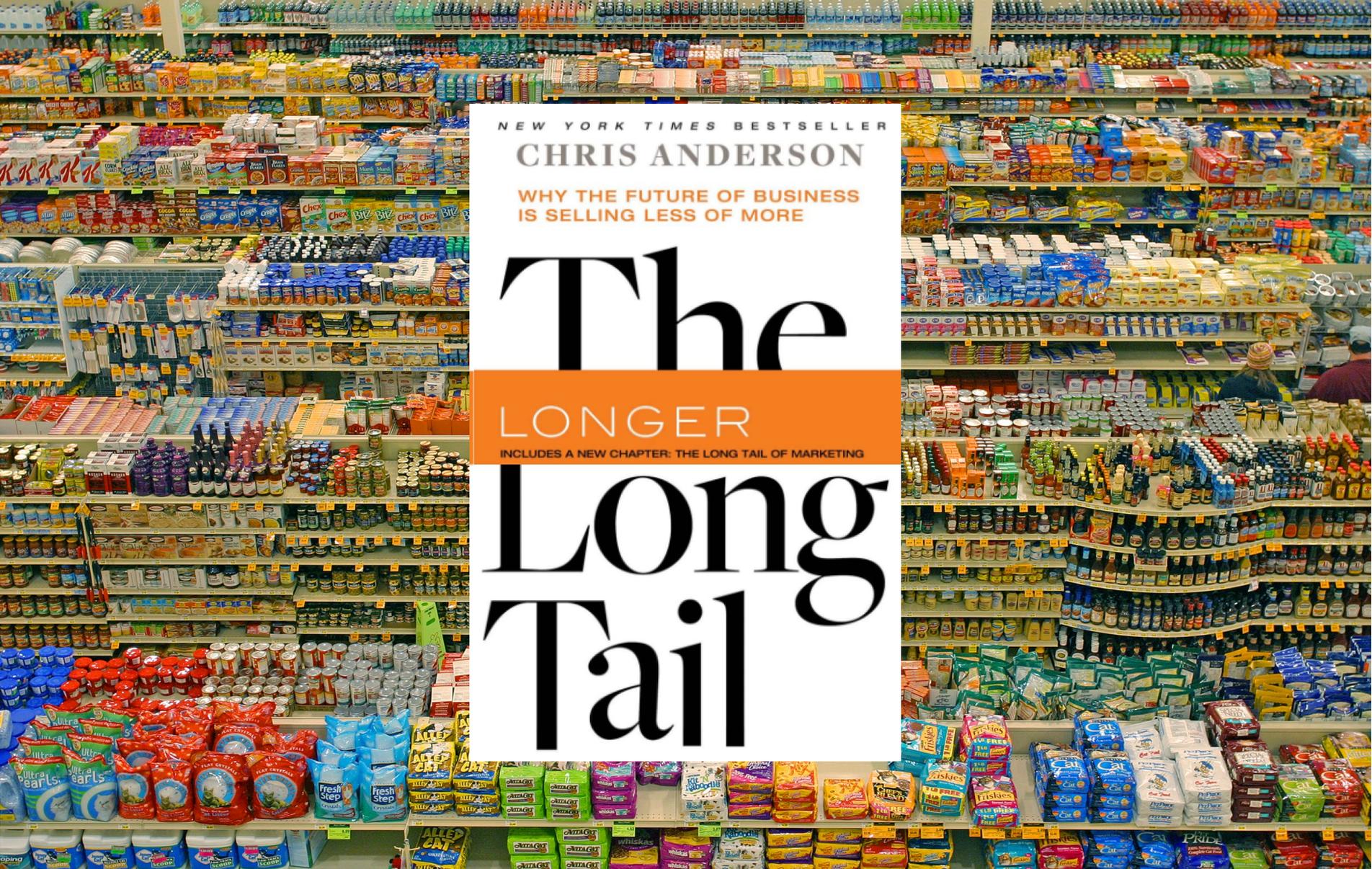
SANGUIS JOVIS





fondazione banfi

SANGUIS JOVIS



NEW YORK TIMES BESTSELLER

CHRIS ANDERSON

WHY THE FUTURE OF BUSINESS
IS SELLING LESS OF MORE

The LONGER Long Tail

INCLUDES A NEW CHAPTER: THE LONG TAIL OF MARKETING



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS



Secondo la nota teoria di Chris Anderson ("The Long Tail" - 2008), il mercato di massa si sta trasformando in una "massa di nicchie". Questo fenomeno è sempre esistito.

Tuttavia, oggi il costo di accesso a nuove alternative alimentari sta rapidamente diminuendo. I consumatori sono alla ricerca di prodotti di nicchia e i prodotti di nicchia cercano consumatori. Questa forza culturale ed economica deve essere riconosciuta.



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Due concetti

Permettetemi allora di continuare con uno «strano» richiamo.

Permettetemi di citare alcune frasi di un grande filosofo: **Isaiah Berlin**, che

Ha chiarito **due concetti** fondamentali della libertà umana.

Ho tradotto questi due concetti nell'approccio di marketing contemporaneo al consumo e alla cultura del cibo.



fondazione banfi

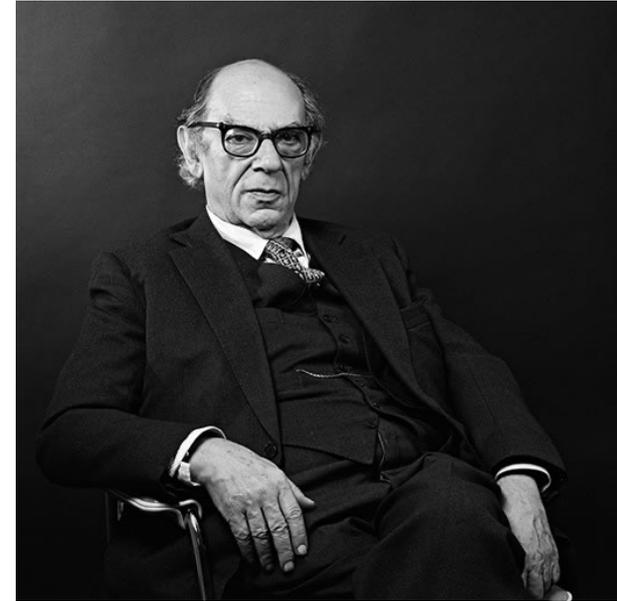
SANGUIS JOVIS

Freedom from...

Un punto di partenza

"La situazione in cui non sei influenzato da qualcosa che ti rende preoccupato, infelice, spaventato ecc.

Più libertà negativa hai, meno ostacoli esistono tra te e il fare qualsiasi cosa desideri".



Isaiah Berlin



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

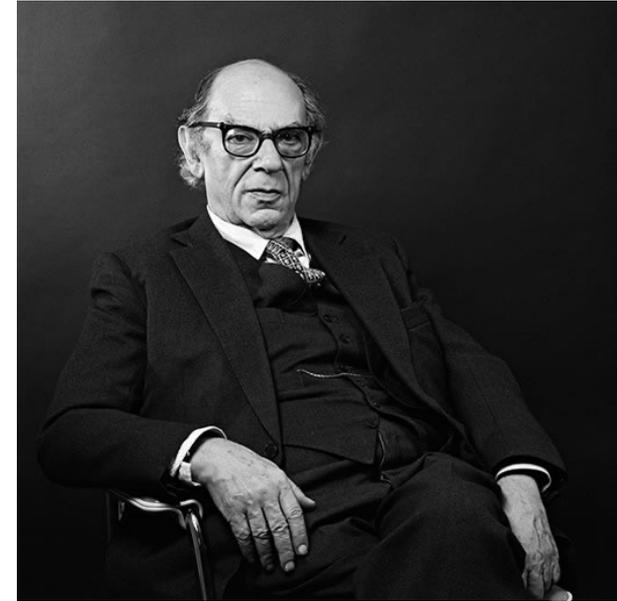
Freedom to...

"La **libertà positiva** è la libertà di controllare e dirigere la propria vita.

La libertà positiva consente a un uomo di fare consapevolmente le proprie scelte, definire il proprio scopo e modellare la propria vita; Egli agisce invece di reagire.

Si deve però discriminare tra tutte le possibili opportunità ed esercitare le opzioni che sono più in linea con la tua vera volontà e ciò che vuoi veramente nella vita.

Un punto di partenza



Isaiah Berlin



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Freedom to...



Un esempio del concetto di
complessità crescente
(lamarckiana) che apre la strada
Freedom To...



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Freedom to...



Tonka almonds



Toasted Almonds



Nuts



Tiger nuts



Pecan



Cashew nuts



Pumpkin Seeds



Carrube



Pistacchio



Brazil Nuts



Sunflower



Hemp



Green Nuts



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Freedom to...



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Freedom to...



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Freedom to...



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Freedom to...



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Freedom to...



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

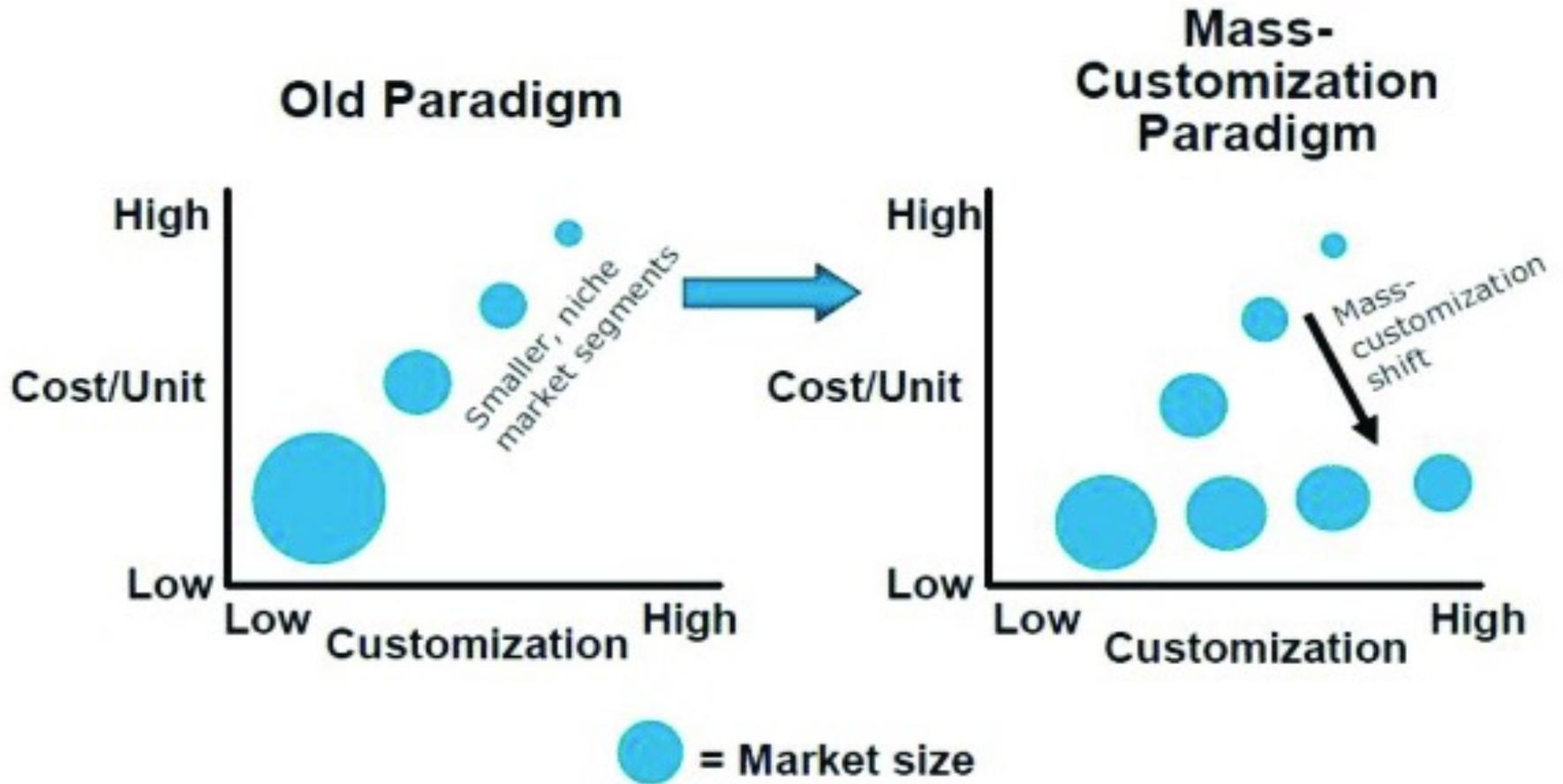
Freedom to...



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Mass Customization...



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS



Binny's (Chicago)

Some data

7858

Beers

15000

Wines

5525

Spirits

2210

Cigars





fondazione banfi

SANGUIS JOVIS



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS



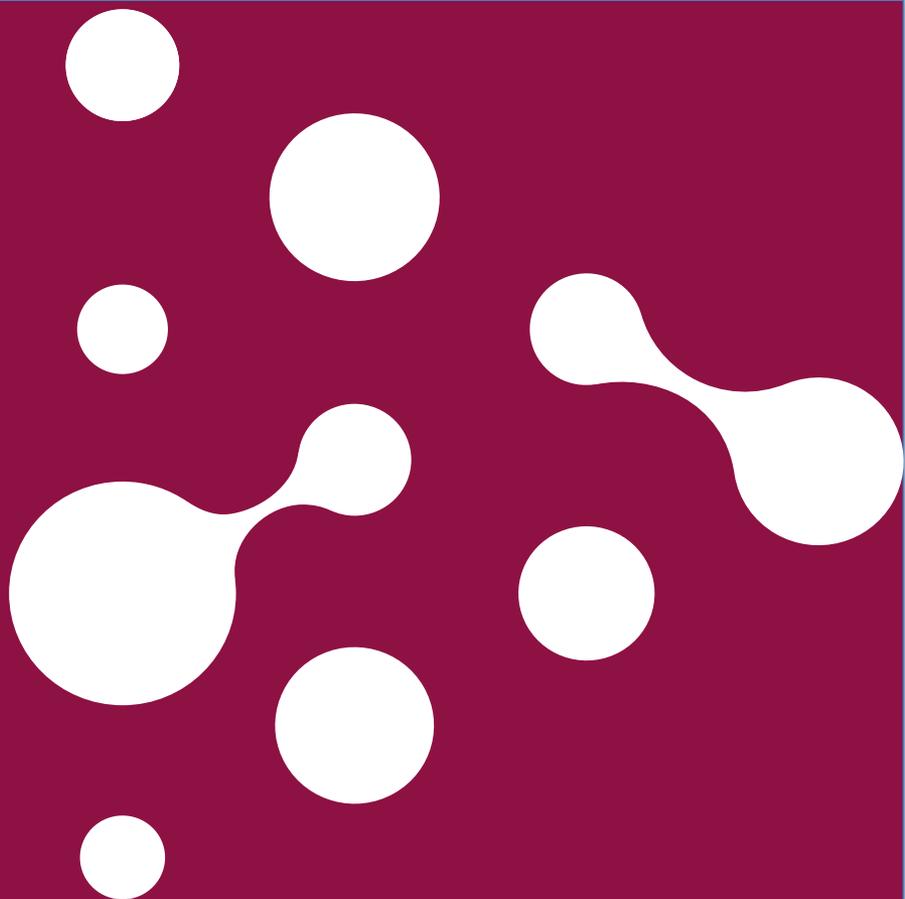
fondazione banfi

SANGUIS JOVIS



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

fondazionebanfi.it