



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

VI Edizione

SUMMER SCHOOL SANGUIS JOVIS

SANGIOVESE

PHYGITAL:

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



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

Comunicare la «naturalità» del vino

*Appassionare il consumatore
con la scienza e la tecnica si può*

Chi sono

- ✓ Laurea in Scienze Agrarie UCSC Piacenza
- ✓ Master in Marketing e Comunicazione digitale, 24Ore BS
- ✓ Giornalista pubblicitaria
- ✓ Copywriter e SEO copywriter
- ✓ Formatore
- ✓ *Studente Unicorno*



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS



Unicornucopia®

In principio era il verbo...

...e la diffusione del verbo
era un processo più **lineare**.

O semplicemente,
molto più **lento** e **verticalizzato**.



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Il flusso delle informazioni



Fino all'avvento del web:
unidirezionale



Dal web in poi: globale,
istantaneo, bidirezionale



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Veicolazione del sapere pre-web



Fonti: accademici e tecnici

Intermediari: giornalisti di settore



Media: libri, riviste scientifiche,



riviste tecniche, riviste «di

prodotto», TV, corsi di formazione



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Veicolazione del sapere oggi



Fonti: chiunque

Intermediari: chiunque

Format: qualunque

Media: qualunque

Web, social, aziende, influencer, blogger podcast, AI....



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Siamo tutti scrittori?

- ✓ Su 76.575 libri pubblicati ne 2022, il 30% ha venduto (dato al 30.06.2023) 0-1 copia, il 50% non è arrivato a 10 copie (Nomisma).
- ✓ Solo il 3% dei libri editi ogni anno arriva alle 1.000 copie vendute (Associazione Italiana Editori)

https://www.repubblica.it/cultura/2023/06/30/news/editoria_il_30_per_cento_dei_libri_non_vende_nemmeno_una_copia-406216050/

fondazione banfi

SANGUIS JOVIS



No, ma siamo tutti «content creator»

Quando:

- ✓ ci esprimiamo nei nostri **profili social** (anche se stiamo facendo personal branding)
- ✓ **commentiamo** su profili altrui o pagine
- ✓ scriviamo **recensioni**

Chiunque ha a disposizione enormi quantità di contenuti dall'elevata accessibilità



fondazione banfi
SANGUIS JOVIS



Il singolo «acquisisce potere»

Dal

BtoB *versus* BtoC

al

HtoH



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Come produci ciò che mangio?

- ✓ Dagli anni '80-'90: maggior interesse per il **processo produttivo** e la **qualità/salubrità** degli alimenti
- ✓ Il **comune cittadino** vuole sapere, si informa, giudica (e decide!)



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS



Da Cenerentola a trend topic

- ✓ Nel XXI secolo l'**agricoltura** diventa argomento «cool»
- ✓ Cresce il fenomeno dell'**agriturismo** (e dell'**enoturismo**)



La somma fa il totale

Tecnica e tecnologia evolvono

+

Le fonti di informazione si moltiplicano

+

La competenza non corre alla stessa velocità

+

La scienza non sempre divulga

=

Fake news, disinformazione, allarmismi



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS



La grande bufala



«Il consumatore è evoluto»



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Dove si (in)forma il consumatore?

(fonte: Pierapolo Penco)

Nella ricerca di informazioni «enoiche»
i consumatori
si stratificano per fasce di età



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS



Temi «caldi»

- ✓ Cambiamento climatico
- ✓ Genetica
- ✓ Sostenibilità
- ✓ Tecnologia sì/no (in vigneto e in cantina)
- ✓ Packaging alternativi



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS



Temi «fashion»

- ✓ Suolo
- ✓ Potatura
- ✓ Viti franche di piede
- ✓ Vigne vecchie
- ✓ Longevità del vino



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS



Temi «che dividono»

- ✓ I robot in vigneto sono il futuro, ma la vendemmiatrice è il diavolo
- ✓ Se stappi bottiglie chiuse con screw cap o sintetico non sei un vero intenditore
- ✓ Ma si scrive Sangiovese o sangiovese?
- ✓ Il **vino naturale** è fantastico, ma se qualcosa va storto in vigneto se ne deve parlare o no?

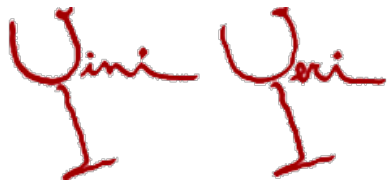


fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Il movimento naturale

- ✓ Nasce negli anni Ottanta, da iniziative singole o da gruppi, contemporaneamente **in più parti del mondo**
- ✓ È espressione di un «ritorno all'antico» e dell'**anti-interventismo**, in vigneto e in cantina



Vini Vini



TRIPLE A^u
Agricoltori Artigiani Artisti



vintur



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

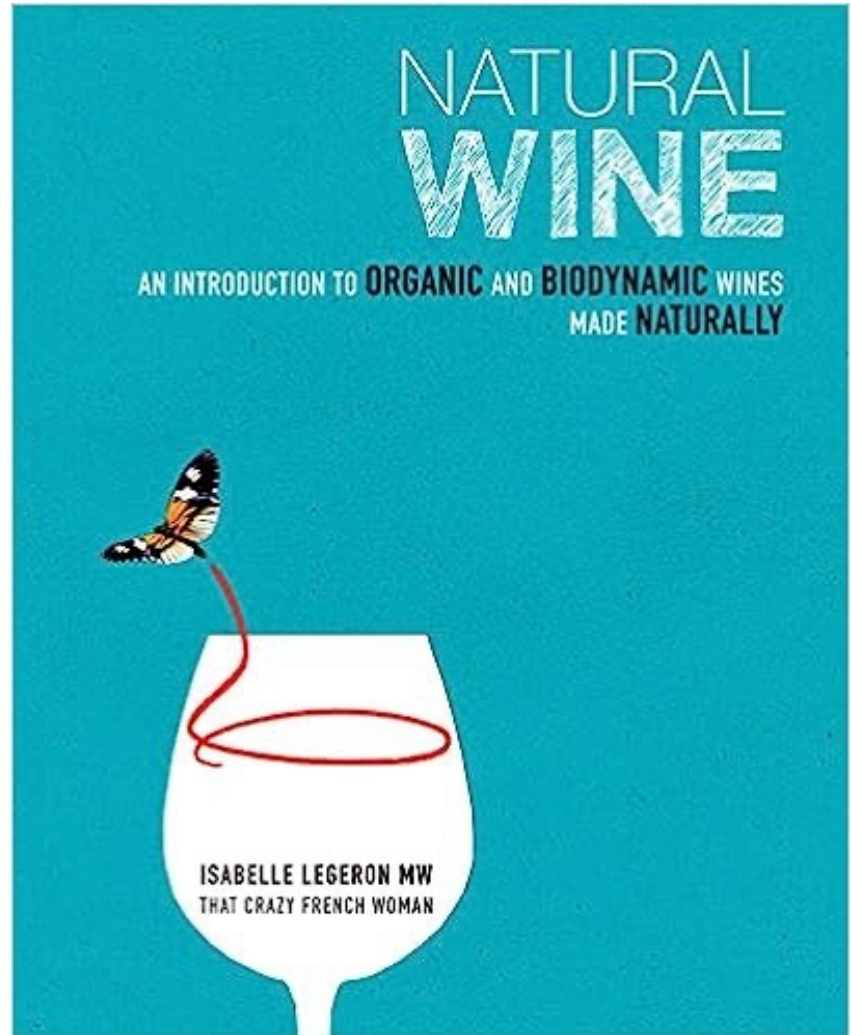
I vini «nothing»

Nothing
added,
nothing
removed



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS



Perché proprio «naturale»?

“Perhaps a **less contentious term** such as «live», «pure», «raw», «real» «true» «low-intervention», «authentic», «farmhouse» or some such would be less provocative. But “natural” is the term most commonly used to describe wines of this nature.

For whatever reason, people all over around the world have chosen to use the term «natural» in the face of all the alternatives to describe **healthy-grown, nature-friendly, low-intervention wines that truly express their place of origin**”.



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS



In cosa consiste la loro naturalità?

Vini prodotti da uve ottenute «**almeno**»
con metodo biologico e che non
subiscono alcuna rimozione o aggiunta
(fatta accezione per eventuali dosi minime
di SO₂) durante la vinificazione.



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS



Step 1 – Come si producono

Il **biologico** è contemplato in vigneto
(insieme alla **biodinamica**, alla
permacoltura...) ma è ritenuto troppo
interventista in cantina.



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Processo: i messaggi chiave

- ✓ Salvaguardia del **suolo**
- ✓ Sì **biodiversità**, no monocoltura
- ✓ Recupero della **visione sito-specifica**
- ✓ Rispetto per le **generazioni future**
- ✓ **Pratiche di cantina** ridotte al minimo perché «Il vino si fa da sé» (se si è lavorato bene in vigna)



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS



Step 2 - Chi li produce

(This book is) also a celebration of the remarkable people who create them (*natural wines, n.d.r.*). Like **sailor going to sea, playing the winds and riding the waves**, these winemakers understand that nature is much greater than themselves. They acknowledge that not only is it futile, but actually counterproductive, to try to control or tame her, as her magic lies in her power.



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS



Step 3 – Cosa aspettarsi?

- ✓ Vini **vivi** («life is the key»)
- ✓ Vini vera **espressione del terroir**
- ✓ Vini **longevi**
- ✓ Vini **stabili**
- ✓ Vini **più salubri**
- ✓ Vini **generosi** dal punto di vista sensoriale
- ✓ Vini (forse!) con **qualche imperfezione**



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

In merito alla longevità

«**Chemical wines** are like a **flat line**. How long the line is depends on how good the enologist is but, fundamentally, it's a flat line that suddenly comes to an end. **Natural wine**, on the other hand, is like a **giant wave**. Sometimes it shows well, other less, and like all living things, it will eventually die, but it might be tomorrow or in 20 years time».

(S. Radikon)



fondazione banfi
SANGUIS JOVIS



Cosa recepisce il consumatore?

(fonte: Pierapolo Penco)

- ✓ Per il **consumatore medio** il vino è un prodotto naturale
- ✓ Ci impegniamo a dimostrare che **il vino è sostenibile e salubre**, quando una larghissima fetta di consumatori non si aspetta che lo dobbiamo fare
- ✓ Gli **ingredienti in etichetta** faranno «risvegliare da un sogno» molti consumatori



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS



Sbang!

Siamo sicuri che

il consumatore comprenda?

Che faccia scelte consapevoli?

(problemi analoghi con: «Da vigna vecchia»,
«Contiene solfiti», Lista ingredienti obbligatoria...)



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS



Il punto

Prima di schierarsi con ciò
che è «**senza**» bisognerebbe
essere certi di avere
consapevolezza e conoscenza
di ciò che è «**con**».



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS



Il collo di bottiglia

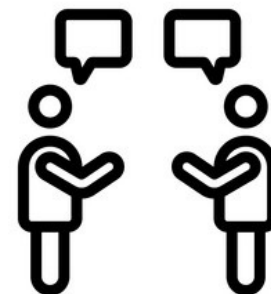
C'è grande carenza di **formatori** e **comunicatori** che coniughino le **competenze tecniche** con la capacità di farsi non solo comprendere, ma anche di **affascinare** chi ascolta o legge.

Qualsiasi sia il **canale di comunicazione!**



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS



Il rischio (o la realtà?)

- ✓ Si instaurano **discussioni fra pari**: tra produttori (si capiscono) e tra consumatori (si spalleggiano)
- ✓ La **verticalizzazione** diventa difficile
- ✓ La **ricerca poco critica** di fonti di informazione crea falsi miti



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS



La AI non delude



Chat GPT ci becca!



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Parole, parole, parole

«Ogni parola ha conseguenze.

Ogni silenzio, anche»

(Jean-Paul Sartre)



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Take home message

C'è spazio per tutti, anche per i cantastorie.

Purché le storie non siano favole.



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS



Costanza Fregoni

<https://www.linkedin.com/in/costanza-fregoni/>



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

fondazionebanfi.it