FORMA MENTIS
CONSULENZA D'IMPRESA



COSA SCELGO?
QUALE MARCA?
PERCHÉ?

- Orientamenti e tendenze sull'evoluzione dei consumi
- Profilo dei brand
- Mappature dei competitor
- Analisi del pack e restyling
- Gestione delle criticità
- Sviluppo del business

FORMA MENTIS offre alle aziende ricerche quali-quantitative di marketing strategico per l'ottimizzazione delle scelte imprenditoriali. Offre una innovativa proposta di consulenza: organizzazione, conduzione delle interviste e dei focus group e presentazione dei risultati di ricerca.

FORMA MENTIS
in collaborazione con F&B Editoriale srl
formamentis.sp@gmail.com - tel. 02.4778.7221

L'altra metà del vino

Adriano Baffelli

EX AND THE WINE, romanzo di Francesca Negri, è un piacevole affresco del mondo femminile e del suo rapporto con il vino. Una certificazione di quanto sta accadendo ormai da alcuni anni. Donne sempre più emancipate anche all'interno del perimetro enologico. Il romanzo della Negri suggerisce alcune riflessioni, utili anche ai produttori, a chi il vino lo produce, lo vende, lo racconta, con capacità e passione diverse. Di particolare rilevanza risulta l'aspetto legato alle modalità di presentazione dei tanti vini amati, apprezzati e degustati. Si percepisce la voglia di tralasciare i tecnicismi esasperati. Traspare il desiderio di abbandonare le descrizioni didascaliche e pedagogiche per abbracciare gli aspetti emozionali e più veri. Quelli percepiti e ricordati. Le donne, prima e più degli uomini, hanno inteso che non sono i quintali per ettaro, il numero di piante per filare, i mesi d'invecchiamento, che debbono essere spiegati con puntigliosa precisione. Sono aspetti rilevanti, ma che riguardano la sfera produttiva. Nell'altra sfera, quella della promozione, altri sono gli immateriali strumenti da utilizzare per coinvolgere e per convincere. La Negri, in uno degli ultimi capitoli, parla delle bottiglie, che non sono semplici etichette, ma che possono essere utilizzate da ognuno di noi per compilare una personalissima carta dei vini. La vita diviene un vigneto: *"Ogni vendemmia non sai mai come sarà, ma tu devi sempre fare del tuo meglio perché sia ottima"*. Ma soprattutto i ricordi saranno emozioni e sfumature di dettagli, non certo dati tecnici, che troppi produttori ed organismi promozionali considerano dei *totem* da adorare. C'è un grande spazio per comunicare in modo nuovo il lungo e paziente lavoro in vigna e in cantina. Anche il vino può e deve essere comunicato in modo innovativo ed efficace.

Da un romanzo sul rapporto delle donne con il vino viene qualche riflessione che suggerisce di dare spazio, anche nella promozione, agli aspetti emozionali e più veri che dona un vino abbandonando i tecnicismi