

## Maurizio Rocchelli: Cambia l'interesse per il vino

IN PRIMO PIANO - PUBBLICATO DA FABIO ITALIANO IL 21 MAGGIO 2011 14:09

L'indagine sulla comunicazione del vino condotta dallo studio milanese *Maurizio Rocchelli* registra un cambiamento positivo negli ultimi 5 anni nell'attenzione per il vino da parte del pubblico. L'indagine, basata su interviste raccolte presso un campione di 45 tra giornalisti e blogger operanti in Italia specializzati nel settore vino, rivela che pochissime tra le penne del vino – professionisti nell'insieme competenti, aggiornati, attivi e soprattutto coinvolti emotivamente dal prodotto vino – ritengono che l'interesse da parte del pubblico sia sempre uguale.

L'analisi delle risposte evidenzia infatti la percezione di trovarsi in una fase di cambiamento: per il 64% del campione l'interesse verso il vino è considerato maggiore rispetto a 5 anni fa, per il 9% minore, diverso per il 24%. Il dettaglio delle risposte aperte di chi reputa che l'interesse sia aumentato mette in luce soprattutto la convinzione che il vino abbia guadagnato popolarità divenendo un link che ci collega a molteplici temi ed argomenti di crescente attualità ed interesse: non più "solo" prodotto tipico, artigianale, tradizionale e di territorio ma legato, appunto, al tempo libero, alla cultura, alla salute, alla sensibilità per il sociale e l'ambiente, alla creatività, al modo di vedere e di vivere il mondo.

Ma occorre anche dare voce alla (minoranza) critica e tra gli intervistati vi è chi racconta di un calo di interesse verso il vino riconducendolo al fatto che siano state compiute esagerazioni: troppa moda, troppa enfasi. Troppe iniziative e troppi stimoli verso un pubblico che alla fine rimane confuso, disorientato, sopraffatto dalle contraddizioni e impossibilitato a vedere una coerente continuità. Alla fine ci si allontana e si guarda altrove.

L'analisi ha esplorato nei dettagli anche modalità e contenuti delle relazioni tra le aziende e i giornalisti, relazioni che sono mediamente buone, ma sicuramente migliorabili sotto diverse angolazioni da ricondurre sinteticamente alla necessità per le realtà produttive di proporsi con maggior creatività cogliendo i segnali del cambiamento di interesse in atto. Relativamente ai contenuti risulta infatti evidente l'opportunità per le aziende produttrici di andare oltre i soliti luoghi comuni, lavorando per valorizzare l'enorme potenziale di un prodotto straordinario come il vino e costruire nel tempo un patrimonio di credibilità, unicità e valore.

### Maurizio Rocchelli Srl

*Maurizio Rocchelli è una delle più importanti agenzie italiane per lo sviluppo dell'industria vitivinicola. È specializzata nell'offerta di servizi per il marketing, la comunicazione e lo sviluppo commerciale. Obiettivo di Maurizio Rocchelli è aiutare le aziende, i distretti vinicoli e le organizzazioni territoriali a sviluppare il mercato e rafforzare il valore della propria immagine, valorizzando i propri prodotti e la propria reputazione.*

[www.rocchelli.it](http://www.rocchelli.it)

TAGS: COMUNICAZIONE DEL VINO, INDAGINE VINO, MAURIZIO ROCCHELLI

SEGNALA E CONDIVIDI



### ARTICOLI CORRELATI

[Unes, riqualificazione reparto vini](#)



Cerca



RECENTI

COMMENTI

POPOLARI

TAGS



**Il Lugana di Provenza per far sorridere i bimbi**  
27 APRILE 2011 10:21



**La Fortezza di Torrecuso a Vitignoitalia**  
21 MAGGIO 2011 15:15