Indice

Prefazione *9*
Introduzione *11*

PARTE PRIMA: ECONOMIA POLITICA

1. Il mercato mondiale del vino *17*
1.1 Produzione, consumo ed esportazioni di vino *17*
1.2 La "guerra del vino" 39
1.3 Principali differenze tra Vecchio e Nuovo Mondo *47*

2. Consumo, qualità e prezzi *55*
2.1 Il consumo di bevande alcoliche *55*
2.2 La qualità del vino *75*
2.3 Il prezzo del vino *75*
Appendice 2 *93*

3 Concorrenza e profittabilità delle imprese *95*
3.1 Concorrenza perfetta, monopolio e concorrenza monopolistica *95*
3.1.1 La concorrenza perfetta *96*
3.1.2 Il monopolio *98*
3.1.3 La concorrenza monopolistica *102*
3.1.4 Le forme di mercato nel settore del vino *105*
3.2 Analisi della concorrenza nel mercato del vino *106*
3.2.1 Il modello delle cinque forze di Porter *107*
3.2.2 Le cinque forze di Porter nel settore del vino *116*
3.3 Analisi della profittabilità nel settore del vino *123*

4 Le forme aziendali *129*
4.1 Motivazioni al lavoro e obiettivi aziendali *129*
4.2 Integrazione verticale e qualità *135*
4.3 Le cooperative del settore vitivinicolo: una visione d'insieme *140*
4.3.1 Nascita e sviluppo delle cooperative *140*
4.3.2 Definizione *144*
4.3.3 Valori *144*
4.3.4 Principi *144*
4.3.5 Vantaggi/Punti di forza *145*
4.3.6 Svantaggi/Punti di debolezza *149*
4.3.7 Condizioni per il successo delle cooperative *151*
4.4 I distretti industriali/clusters *152*

5 Vino e Finanza *159*
5.1 Investimenti *159*
5.1.1 Nozioni teoriche di teoria degli investimenti *159*
5.1.2 Gli investimenti in bottiglie di vino *168*
5.1.3 Gli investimenti in titoli di aziende produttrici di vino *176*
5.2 Gli strumenti di copertura del rischio *177*
5.2.1 I benefici della copertura del rischio *178*
5.2.2 Assicurabilità dei danni *179*
5.2.3 Il rischio metereologico *181*
5.2.4 Il rischio valutario *183*

PARTE SECONDA: POLITICA ECONOMICA

6 L'informazione asimmetrica *187*
6.1 L'asimmetria informativa: problemi e possibili soluzioni *187*
6.2 La reputazione *189*
6.2.1 Reputazione individuale *192*
6.2.2 Reputazione collettiva *198*
6.2.3 Reputazione istituzionale *214*
6.3 Differenze tra Vecchio e Nuovo Mondo *219*

7 Esternalità economiche e sociali *223*
7.1 Le esternalità: definizione, conseguenze e possibili soluzioni *223*
7.2 Esternalità di produzione nel settore vitivinicolo *227*
7.3 Esternalità di consumo nel settore delle bevande alcoliche *228*
7.4 Politiche di contrasto all'abuso di alcol *237*

8 Regolamentazione dell'offerta *247*
8.1 La regolamentazione del mercato *247*
8.2 Le fonti del diritto *250*
8.3 Dalla CECA alla PAC *251*
8.4 La OCM vino *257*
8.4.1 Strumenti, origine e sviluppo della politica del vino comunitaria *257*
8.4.2 Corsi e ricorsi storici nella politica del vino *263*

Conclusioni di politica economica
Le variabili chiave per vincere la "guerra del vino" *267*

Riferimenti bibliografici *273*