

Il nuovo ruolo dell'agente Italia

scritto da Noemi Mengo | 27 Agosto 2019



Manca sempre meno a **Wine Export Manager Day**, l'evento ideato da Wine Meridian e WinePeople, giunto quest'anno alla sua terza edizione. La giornata avrà grandi sorprese in serbo per i partecipanti che lunedì 16 settembre si incontreranno presso Fico Eataly World di Bologna dalle ore 14.30, per creare un network tra imprenditori, manager e operatori capaci di far crescere il business del vino italiano nel mondo.

Come già anticipato in un precedente [articolo](#), uno dei relatori presenti all'evento sarà **Lorenzo Righi**, noto esperto del mercato Italia, il cui intervento avrà l'obiettivo di aiutare le figure partecipanti a creare un nuovo feeling con il ruolo di agente Italia e le skills commerciali necessarie per ottenere consensi sul mercato nazionale. Per avere maggiori informazioni e prepararci all'incontro, abbiamo deciso di chiacchierare con Lorenzo, che ci ha spiegato, senza

svelare troppo, a cosa andremo incontro **lunedì 16 settembre 2019 a Fico Eataly World**.

Lorenzo Righi vanta un'esperienza pluridecennale nel settore, a partire dal 2001 è stato direttore commerciale di diverse realtà del panorama vitivinicolo italiano, come Podere Rocche dei Manzoni, Gruppo Felluga, Agricola Querciabella ed Heres Spa. Dal 2016 è direttore commerciale di Romano Dal Forno e a capo della direzione di Club Excellence, il club degli importatori italiani.

Lorenzo, quale sarà il tema del Suo intervento?

Il mio intervento avrà come titolo "il nuovo ruolo dell'agente Italia" e tratterà le logiche commerciali del mercato italiano, come si stanno trasformando, e come si evolveranno, presumibilmente, nel futuro. Cercheremo di entrare nel vivo delle dinamiche di mercato in Italia, apprendendo le nozioni necessarie a navigare serenamente fra le acque del comparto italiano e, di conseguenza anche estero.

Perché pensa possa essere un argomento utile per i partecipanti del Wine Export Manager Day?

Perché credo fortemente che mercato italiano e estero siano in realtà molto connessi. Infatti, azioni effettuate sul mercato italiano provocano spesso reazioni su quello estero e viceversa;

Ci può dare qualche anticipazione dell'intervento senza svelare troppo?

Parleremo degli attori principali del mercato italiano: gli agenti, e di come il loro lavoro si stia modificando con il passare del tempo. Inoltre, approfondiremo la conoscenza della nuova figura dei distributori che sta prendendo sempre più piede. Infine, ci concentreremo sulla figura dei wine merchant che spesso viene vista con diffidenza dai responsabili commerciali esteri, ma che, se ben utilizzata, può produrre risultati utili alle aziende anche sui mercati esteri, non solo in Italia.