

Marketing e innovazione dei vini del Nord-Est

scritto da Redazione Wine Meridian | 8 Luglio 2020



Non si finisce mai di imparare quando si ha a che fare con il management delle imprese, per questo è importante rivolgersi a professionisti che possano darci gli strumenti per approfondire e crescere nella conoscenza.

Il corso organizzato da [MIB Trieste School of Management](#) di sei giornate, giunto alla seconda edizione, nasce con questo intento: approfondire alcuni aspetti di management delle imprese del vino (in particolare quelle del Nord-Est italiano), con focus sui settori marketing, mercati, distribuzione e vendite.

Il programma si sviluppa nel format Summer School: sei giorni, di cui due giornate in aula full-time presso la sede di **Fondazione Portogruaro Campus**, in provincia di Venezia, seguiti da quattro webinar online. Il corso vuole sviluppare le competenze degli operatori del settore vino, dai grandi

brand ai piccoli produttori artigianali, ai Consorzi, soprattutto nell'ottica dello sviluppo commerciale delle aziende. L'obiettivo è consentire alle aziende vinicole del Nord-Est di valorizzare al meglio i vini del territorio, attraverso l'analisi dei mercati e l'approfondimento delle logiche e delle tecniche di marketing, branding e gestione commerciale.

Il Nord-Est, rappresentato dal Triveneto e dalla Provincia di Brescia, è il primo polo vitivinicolo italiano, rappresentando il 32% della produzione (il 19% è prodotto dal solo Veneto). Ma il Nord-Est ha saputo abbinare volumi di produzione a qualità, raggiungendo una notorietà dei brand a livello nazionale e internazionale, a partire dagli spumanti (Prosecco, Franciacorta e TrentoDOC), ai vini bianchi (dalla "success story" del Pinot Grigio negli USA alle etichette di fascia alta di Friuli Venezia Giulia e Alto Adige), sino all'Amarone e agli altri vini rossi della Valpolicella. Le aziende del Nordest hanno sviluppato una leadership di mercato a livello italiano ed internazionale non solo nell'ambito della produzione vitivinicola, ma anche nei settori collegati, quali le aziende vivaistiche, dei prodotti enologici e delle relative apparecchiature, fino alla ricerca agronomica, enologica e formativa.

La Summer School **inizia il 16 luglio e termina a fine settembre 2020**. Il calendario prevede sei giornate: due d'aula, di sette ore ciascuna (dalle 9 alle 13 e dalle 14 alle 17), seguite da quattro lezioni a distanza in modalità webinar di 2 ore e 45 minuti ciascuno, per un totale di 25 ore di alta formazione. Il programma sviluppa contenuti focalizzati sulle imprese vinicole del Nord-Est, con particolare attenzione agli aspetti legati all'innovazione nei processi, nella gestione dei mercati internazionali, nelle strategie di marketing, nello sviluppo dei prodotti.

Ecco il programma:

16 luglio in aula

COME CAMBIANO I MERCATI PER I VINI DEL NORD-EST DOPO IL COVID-19

Docente: Pierpaolo Penco, Mib trieste

17 luglio in aula

L'INNOVAZIONE NEL MARKETING DELLE AZIENDE E DEI TERRITORI VINICOLI

Docente: Reka Haros, Reframe wine

dal 20 luglio al 14 agosto * online *

L'INNOVAZIONE COME ELEMENTO DI ROTTURA PER PORTARE ALLO SVILUPPO

20/07 Docente : Elisa Spada, Organic Value

21/07 Docente : Adriano Zago, Mastrilli Consulting

22/07 Docente : Andrea Gori, Vinterest srl

06/08 Docenti : Fabio Piccoli e Lavinia Furlani, Wine Meridian e Wine People

Per info:

Summer School Project Manager

Pierpaolo Penco – penco@mib.edu