

Quali prospettive per il metodo classico sui mercati internazionali?

scritto da Redazione Wine Meridian | 20 Ottobre 2016



Quando si pensa alle bollicine si pensa allo Champagne e quando si pensa alle bollicine italiane si pensa al Prosecco. Molto spesso sui mercati internazionali non è diffusa la consapevolezza e la conoscenza della grande varietà di prodotti che offre la viticoltura italiana.

Come fare in questo complesso quadro a far emergere la straordinaria qualità del metodo classico italiano?

Sulle potenzialità di sviluppo del metodo classico italiano sui mercati internazionali, ed in particolare negli Stati Uniti, verterà l'intervento di Matteo Lunelli, presidente di [Cantine Ferrari](#), al **7° Seminario Internazionale di Marketing del Vino** venerdì 4 novembre alla Fondazione Edmund Mach.

Lunelli, quarantaduenne bocconiano con un brillante trascorso internazionale nel settore della consulenza finanziaria, porterà l'esperienza di Ferrari, casa vinicola fondata nel 1902, pioniera e oggi leader in Italia per le bollicine metodo classico.

L'intervento di Matteo Lunelli si inserirà all'interno del seminario in cui, **moderati da Stevie Kim**, Managing Director di Vinitaly International, si confronteranno autorevoli protagonisti del settore vitivinicolo italiano e non solo: **Antonio Rallo**, Presidente di Unione Italiana Vini e titolare di Donnafugata; **Emilio Pedron**, Amministratore Delegato di Bertani Domains; **Raffaele Boscaini**, Responsabile Marketing di Masi; **Francesco Ferreri**, Presidente di Assovini Sicilia; **Matilde Poggi**, Presidente Fivi e titolare di Le Fraghe; **Roberta Crivellaro**, avvocato e Partner dello Studio legale Whitters.

Il tema di questa settima edizione del seminario sarà "I nuovi modelli per l'export del vino italiano". Nell'ultimo ventennio l'export vitivinicolo italiano è fortemente cresciuto, a dimostrazione del grande interesse internazionale verso la nostra produzione viticoltura. Tuttavia insieme ad esso è cresciuta anche la concorrenza sui mercati internazionali, sono aumentate le problematiche organizzative, si sono

fortemente modificati i sistemi di distribuzione e la stessa rete di importazione si è evoluta.

Questi cambiamenti hanno obbligato, e ancora stanno obbligando, le imprese vitivinicole italiane a grandi sforzi organizzativi per aumentare la loro capacità di gestire la presenza sui mercati internazionali. Il seminario verterà proprio sull'evoluzione dei mercati internazionali e su come le aziende italiane stanno affrontando i cambiamenti.

L'appuntamento con il seminario 7° Seminario Internazionale di Marketing del Vino è **venerdì 4 novembre dalle ore 9.**

Manca poco tempo. Clicca sul [link](#) per iscriverti subito.