

COMUNICATO n. 2331 del 04/11/2016

Oggi alla FEM produttori ed esperti al 7° seminario internazionale di marketing del vino

Vino e mercati esteri, il punto oggi alla Fondazione Mach

"La percentuale del vino italiano che viene venduta all'estero è in crescita e per molte aziende ha oltrepassato la soglia del 50% della produzione. Questo implica che all'interno delle aziende vitivinicole ci siano delle persone con delle competenze specifiche per seguire il lavoro di vendita e promozione sui mercati esteri". Steve Kim, direttore di Vinitaly International, ha moderato oggi il settimo seminario internazionale di marketing del vino organizzato dalla Fondazione Mach e centrato sui nuovi modelli per l'export.

L'evento, rivolto ad esperti di marketing del vino, produttori e studenti, si inserisce all'interno del percorso formativo di eccellenza "Wine export management" che forma gli specialisti dell'export vini, professionisti in grado di supportare le aziende del vino nel complesso processo di internazionalizzazione. Oggi, al termine del seminario, si è svolta anche la consegna degli attestati a 24 nuovi manager del vino.

“Abbiamo analizzato quali sono queste competenze, i mercati storici del vino italiano, ma soprattutto quelli nuovi e la Cina in particolare, dove l'Italia del vino non è ancora riuscita ad affermarsi come hanno fatto i cugini d'Oltralpe, ma si stanno facendo enormi sforzi per recuperare terreno” ha detto Steve Kim, l'esperta coreana a capo del braccio strategico internazionale di Vinitaly, e impegnata ad utilizzare i canali innovativi per comunicare e celebrare "il vino italiano" all'estero - con un'enfasi creativa sui social media - sempre con un occhio di attenzione per aiutare i produttori italiani a vendere di più di una semplice bottiglia di vino. L'export vitivinicolo italiano è fortemente cresciuto in quest'ultimo ventennio a dimostrazione del grande appeal internazionale della nostra viticoltura. E' cresciuta però anche la concorrenza sui mercati internazionali, sono aumentate le problematiche organizzative, si sono fortemente modificati i sistemi distributivi e la stessa rete di importazione si è decisamente evoluta in quest'ultimo quinquennio. Grandi evoluzioni che stanno obbligando le imprese enologiche italiane a grandi sforzi organizzativi e ad aumentare fortemente la loro capacità di gestire la loro presenza sui mercati internazionali. “Occorre puntare sulla qualità del vino, ma anche creare marchi in grado di esprimere uno stile di vita. Se riusciamo a fare questo le opportunità sono enormi” ha detto Matteo Lunelli, presidente di Cantine Ferrari nonché direttore dell'International Wine and Spirits Competition IWSC, intervenuto assieme ad Antonio Rallo, Presidente di Unione Italiana Vini e titolare della cantina Donnafugata, Emilio Pedron, amministratore delegato di Bertani Domains, Raffaele Boscaini, responsabile Marketing Masi, Francesco Ferreri, presidente di Assovini Sicilia, Matilde Poggi, presidente Fivi e titolare di Le Fraghe, Roberta Crivellaro dello studio legale Whiter. A conclusione della tavola rotonda si è svolta la consegna degli attestati ai 24 nuovi export manager del vino, provenienti da varie regioni italiane e selezionati da una commissione che ha valutato oltre 70 candidature. Intanto è tutto pronto per la prossima corso: il 31 dicembre scadono i termini per iscriversi alla quinta edizione del corso di wine export management.

Filmato a cura dell'Ufficio Stampa

Interviste Steve Kim e Massimo Bertamini (FEM)

