EDIZIONI L'INFORMATORE AGRARIO S.r.l.

**CONVEGNO**
**«MERCATO DEL VINO: COME AFFRONTARE LA DISCONTINUITÀ»**
VINITALY – SALA ROSSINI – CENTRO CONGRESSI ARENA (TRA PAD. 6-7)
**27 MARZO - ORE 15**

# VINO: LE IMPRESE ITALIANE HANNO REAGITO BENE ALLA CRISI, ORA SERVONO NUOVI MODELLI DI MARKETING

***Il convegno de* L'Informatore Agrario *presenta a Vinitaly la prima fotografia completa del settore indicando le nuove sfide delle politiche commerciali e le strategie di sviluppo – "Le imprese italiane si sono difese bene anche nella crisi ma i mutamenti che si stanno delineando indicano che occorre agire sui diversi mercati adottando modelli di marketing differenziati in base al prezzo dei prodotti proposti e alle caratteristiche dell'impresa produttrice" spiega Eugenio Pomarici del Dipartimento di economia e politica agraria dell'Università Federico II di Napoli.***

*Verona, 23 marzo 2012* – Il settore vitivinicolo italiano è molto articolato e negli ultimi 10 anni, pur con una riduzione del volume complessivamente prodotto, ha reagito bene alla crisi dell'export del 2003 incrementando il valore e il volume delle spedizioni all'estero, ma occorrono ora strategie di marketing mirate e più incisive in uno scenario competitivo che si preannuncia più complesso. Questo il tema saliente del convegno "Mercato del vino: come affrontare la discontinuità" organizzato da *L'Informatore Agrario* a Vinitaly il 27 marzo alle 15 in Sala Rossini Centro Congressi Arena (tra il Padiglione 6 e 7).

Introdotto da **Antonio Boschetti, direttore de *L'Informatore Agrario*** e moderato da **Clementina Palese, giornalista de *L'Informatore Agrario***, l'appuntamento a Vinitaly 2012 parte dalla presentazione di un'analisi della struttura del comparto al fine di definire il quadro nel quale vanno studiate le nuove strategie per le imprese del vino italiano. Interverranno **Eugenio Pomarici del Dipartimento di economia e politica agraria dell'Università Federico II di Napoli**, **Daniele Fornari della Facoltà di economia dell'Università Cattolica di Piacenza, Costanza Nosi del Dipartimento di scienze aziendali ed economico-giuridiche dell'Università Roma Tre** e **Sergio Venturetti di Evoluzione Telematica**.

«*Oggi il valore del business del vino italiano (7,6 miliardi di euro di cui 3,5 derivanti dalle esportazioni, secondo le stime Mediobanca del 2011) è realizzato per una metà da 102 imprese di grandi e medie dimensioni (fatturato tra i 200 e i 25 milioni) e per un'altra metà da 9.000 imprese di minore dimensione (fatturato inferiore ai 25 milioni)(*). Questo sistema di imprese è l'espressione di filiere di produzione molto differenziate. Filiere con una forte connotazione agricola (20 %*

Via Bencivenga-Biondani, 16 - 37133 Verona - Telefono 045.8057547 - Casella Postale 520 - Fax 045.597510
E-mail: informatoreagrario@informatoreagrario.it

Edizioni L'Informatore Agrario S.r.l.
R.E.A. n.83404 Verona – Registro Imprese di Verona/Codice Fiscale/Partita IVA n.00230010233 – Capitale Sociale 510.000 € Int. versato

*del vino prodotto), filiere che nelle fasi a valle assumono connotati spiccatamente industriali (30% del vino prodotto), filiere di tipo cooperativo (50% del vino prodotto. In questa complessità, che ha molti elementi di complementarietà, si può individuare* – osserva **Eugenio Pomarici del Dipartimento di economia e politica agraria dell'Università Federico II di Napoli** – *uno dei principali punti di forza del settore vitivinicolo italiano. Oggi però è urgente garantire la sostenibilità dei diversi modelli di business del vino italiano con modelli di marketing specifici per i quali, però, mancano riferimenti concettuali completamente esplicitati* ».

Il punto di partenza della riflessione sarà costituito dai risultati della ricerca promossa da *L'Informatore Agrario* e realizzata dal Centro per la formazione in economia e politica dello sviluppo rurale di Portici (Documento di riflessione strategica per il settore vitivinicolo italiano), da cui emerge che imprenditori e manager del mondo del vino riconoscono la necessità di rendere più efficace ed efficiente il marketing delle imprese per potenziare le loro capacità di generare vantaggio competitivo e vorrebbero che la ricerca nelle aree dell'economia aziendale fornisse loro un adeguato supporto, con indicazioni specifiche per le diverse tipologie di impresa

**Dati e tendenze.** Il settore vitivinicolo italiano vanta un'offerta completa e diversificata. L'Italia si trova ai vertici della classifica dei Paesi produttori con una quota sulla produzione mondiale prossima al 20% ed è anche primo esportatore mondiale in volume, grazie ad un raddoppio, tra il 2003 e il 2012, della quantità di vino inviato all'estero che ha coinvolto tutte le categorie di prodotto. L'offerta include circa 400 denominazioni d'origine di cui 70 controllate e garantite (docg) e più di 100 igp. I prezzi al consumo variano da meno di 1 euro a oltre 500 euro a bottiglia. Le oltre 9.000 imprese collegate con il mercato finale avviano al consumo il prodotto di più di 60.000 cantine di trasformazione che ricevono l'uva di circa 230.000 aziende viticole professionali.

** (fonti: Malorgio e Grazia 2012 per elaborazione di dati Agea per il 2008; Mediobanca 2011 per i dati finanziari del 2009)*

**Edizioni L'Informatore Agrario** propone un ampio catalogo di libri e altri prodotti editoriali e multimediali su temi specializzati. Annovera tre: il settimanale di agricoltura professionale *L'Informatore Agrario*, il mensile per l'agricoltura part-time e hobbistica *Vita in Campagna* e *MAD – Macchine Agricole Domani*, per la meccanica agraria.

**Per visualizzare il programma del convegno collegarsi a:**
**http://www.informatoreagrario.it/eventi/prof-2012-vinitaly/Convegno-mercato-del-vino.asp**

***Per informazioni la stampa può contattare:***
Monica Sommacampagna - ufficiostampa@informatoreagrario.it – cel. 335.6244116
Mail diretta su blackberry: monica@sommacampagna.com