

MARTEDÌ 27 MARZO ORE 15.00

Sala Rossini - Centro Congressi Arena - pad. 6-7

MERCATO DEL VINO: COME AFFRONTARE LA DISCONTINUITÀ

Strategie per piccole, medie e grandi imprese

I cambiamenti sono un elemento costante dei mercati e premiano le imprese che con maggiore prontezza riescono ad adeguarsi, se non a essere in anticipo. La crisi economica degli ultimi anni, però, ha determinato una situazione di discontinuità che impone sfide particolari. Le imprese vitivinicole italiane vivono questa evoluzione con la consapevolezza che siano necessari nuovi modelli di riferimento per interpretare e spiegare i contorni mutevoli della realtà e mettere in atto strategie innovative

Le relazioni

- Idee per costruire strategie: una domanda forte delle imprese vitivinicole italiane
Eugenio Pomarici - Dipartimento di economia e politica agraria, Università Federico II di Napoli
- Le nuove sfide delle politiche commerciali nel mercato vinicolo
Daniele Fornari - Smea - Alta scuola in economia agro-alimentare, Università Cattolica del Sacro Cuore di Piacenza
- Comportamenti di consumo di vino: spunti per le imprese
Costanza Nosi - Dipartimento di scienze aziendali ed economico-giuridiche, Università Roma Tre
- Il web marketing per le aziende vitivinicole
Sergio Venturetti - Evoluzione Telematica, Brescia

A seguire domande e dibattito con il pubblico delle imprese vitivinicole.