



IL VINO COME STRUMENTO DI BUSINESS E CRESCITA

Master professionalizzante in
WINE MANAGEMENT, con focus
sull'export nel mercato extraeuropeo e
Cinese

ELLEDUE

PROGRAMMA

- ✓ Società con PLURIENNALE ESPERIENZA NEL SETTORE
- ✓ APPROCCIO PRATICO E OPERATIVO: metà giornata formativa e metà di lavoro sul campo
- ✓ CASE_STUDY con aziende del settore
- ✓ Approccio strategico BUSINESS ORIENTED
- ✓ Possibilità di SCAMBI e ATTIVITÀ internazionali per giovani imprenditori
- ✓ KNOW HOW per accedere ai finanziamenti per l'attività di export
- ✓ Incontri con professionisti del settore
- ✓ FORMAZIONE per la gestione dei social media marketing della tua start up

ELLEDUE

Elledue srl - Sede Legale: via Maestri Angolani,34/A - 65013 Città Sant'Angelo (PE) - P.Iva 01943330686 - info@elle-due.it - Uffici di Pescara: Piazza Alessandrini, 22 - 65127 Pescara (PE)

Elledue è un'azienda che si occupa di consulenza all'export esclusivamente per il mercato del vino. La sede legale è in Abruzzo e ha sede a Pescara, Torino e Vicenza.

L'azienda cura l'export management delle cantine italiane ed europee attraverso una rete di collaboratori direttamente sui Paesi esteri più importanti per il vino.

Sul territorio nazionale, Elledue supporta le aziende vinicole a comprendere potenzialità e mercati di interesse partendo dall'analisi dei prodotti e sviluppando una rete vendite efficace e di lunga durata.

ELLEDUE

PROGRAMMA DI DETTAGLIO DEL CORSO

INTRODUZIONE

Il corso ha l'obiettivo di implementare le politiche di valorizzazione e commercializzazione del prodotto vino e del suo territorio.

È realizzato per rispondere alla **crescente richiesta di qualificate competenze professionali** nella tutela, valorizzazione e promozione del patrimonio vinicolo nei seguenti ambiti: economia, amministrazione, gestione dell'**impresa vitivinicola e dei progetti wine-based**, analisi dei fattori capaci di produrre vantaggi competitivi per le imprese e per i territori, organizzazione di eventi, pubblicità.

Il corso affronterà in particolare le particolarità dei mercati esteri dei Paesi Terzi, che costituiscono – in riferimento a USA e Cina in primis – il riferimento principale per i prodotti enoici del nostro Paese. Docenti qualificati e case-histories arricchiranno il corso che si terrà principalmente in italiano con interventi di export manager.

PROFILO PROFESSIONALE PREVISTO: WINE EXPORT MANAGER

CHI E'

L'**export manager** è un operatore commerciale che ha il compito di sviluppare i mercati esteri dell'azienda che rappresenta. In particolare l'**export manager del vino** è un operatore con ampie competenze specifiche e trasversali.

Le particolarità del mercato del vino impongono infatti anche conoscenze del prodotto, delle tecniche di degustazione per poter presentare efficacemente etichette e referenze a importatori e distributori, conoscenze dei regolamenti doganali, dell'organizzazione eventi e delle più normali attività di marketing e comunicazione che dovrebbero essere proprie di qualsiasi manager di brand e di prodotto.

IL SUO RUOLO NEL MONDO DEL LAVORO

Il Wine Export Manager può:

- A. Lavorare autonomamente come consulente “plurimandatario”, ovvero rappresentante di più aziende, agevolando la penetrazione nei mercati esteri e lo studio degli stessi.
- B. Lavorare come dipendente di aziende vinicole prestando la propria consulenza all’azienda per la quale lavora, sviluppando progetti specifici, verso Paesi specifici;
- C. Collaborare con società o consorzi per sviluppare progetti collettivi e dare vita a realtà imprenditoriali di più ampio respiro.

Le sue principali attività includono:

- Realizzazione di studi di mercato, piani di marketing, business plan;
- individuazione e indicazione delle risorse di finanza agevolata disponibili per i progetti specifici;
- supporto alla costruzione del progetto di export;
- affiancamento del team aziendale nella gestione e sviluppo del progetto;
- affiancamento del team aziendale nella gestione della logistica specifica;
- organizzazione delle attività promozionali all’estero;
- affiancamento agli operatori esteri nella formazione specifica sui prodotti.

OBIETTIVI FORMATIVI

Il percorso formativo fornisce competenze per:

- conoscere la filiera del vino in Italia
- conoscere le specificità di prodotto
- conoscere le basi di marketing di prodotto, realizzazione di studi di mercato, business plan e gestione di progetti complessi aziendali
- Conoscere le principali tecniche di vendita e di promozione di prodotto
- conoscere i diversi tipi di finanziamento disponibili in Italia (Ocm, Psr, Legge144) e come poterli efficacemente utilizzare
- migliorare le capacità di comunicazione e di fare rete;
- sviluppare uno stile di leadership di successo
- conoscere i regolamenti doganali e padroneggiare le buone prassi sulla logistica
- esplorare le opportunità del mercato, i processi di

sviluppo e comprendere come riuscire a trovare una collocazione personale

- scoprire gli elementi essenziali per creare e sviluppare un business di successo.

PROGRAMMA FORMATIVO E ARGOMENTI DELLE LEZIONI

DURATA DEL CORSO

Il corso ha una durata complessiva di 360 ore, di cui:

- 320 ore lezioni frontali
- 40 ore in FAD

OBIETTIVI DEL CORSO

Il corso permette di:

- Acquisire le tecniche e gli strumenti per supportare la crescita, lo sviluppo e il consolidamento di una nuova attività imprenditoriale e comprendere come poter attuare un efficace processo di placement presso aziende agricole in Italia e all'estero.
- Sviluppare una conoscenza del tessuto vitivinicolo italiano e comprendere quali sono gli spazi di manovra per un wine export manager.
- Orientarsi nel panorama dei programmi di finanziamento disponibili per la promozione del vino sui Paesi esteri;
- Consegnare una "cassetta degli attrezzi" alla quale attingere per iniziare un'attività di consulenza sul campo.

LUOGO DI SVOLGIMENTO DEL CORSO

Pescara (PE) -

DATA INIZIO CORSO

07/10/2019

DATA FINE CORSO

31/01/2020

QUOTA DI ISCRIZIONE

5.573,77 € (cinquemilacinquecentosettantatre/77) + IVA (22%) – Tot. 6.800,00 € (seimilaottocento/00).

La quota di iscrizione include:

- partecipazione al corso
- rilascio materiale didattico
- accesso ad un'area riservata contenente schede, dossier di approfondimento, ecc.
- accesso alla piattaforma FAD
- rilascio attestato di partecipazione
- partecipazione a 2 visite in cantina con degustazione organizzate durante lo svolgimento del corso



MODULO 1 INTRODUZIONE AL WINE BUSINESS

- Prodotto: peculiarità di un mercato unico
- I numeri del vino: Italia, Europa, Mondo
- Specificità del wine business: filiera e figure professionali coinvolte
- Bilancio delle competenze ed elaborazione scheda profilo personale



MODULO 2 VINO E PROFESSIONE: IL BUSINESS PLANNING

- La filiera produttiva: tipi di aziende
- Modelli di business
- Il business plan
- Esercitazioni



MODULO 3 VINO: IL PRODOTTO

- Vino come prodotto: sostanza o vanità?
- Vini, vitigni e denominazioni
- Regioni e terroir
- Degustazione di base: le regole da sapere
- Esercitazioni sul prodotto



MODULO 4

PROFESSIONISTA O CONSULENTE? LA PIANIFICAZIONE DELLE ATTIVITA' AZIENDALI

- Azienda vinicola e consulente di azienda vinicola: due ambiti di attività possibili
- Organizzazione aziendale e pianificazione attività
- Pianificazione finanziaria e budgeting
- Esercitazioni



MODULO 5

WINE MARKETING:IL MERCATO DEL VINO

- Mercato del vino nella dimensione globale: produzione, consumo, commercio internazionale
- Elementi strutturali essenziali per il mercato del vino
- Prodotto e istituzioni: governance del sistema normativo e marketing



MODULO 6

IL CONSUMATORE

- Studio del consumatore: perché compriamo una bottiglia di vino?
- La segmentazione del mercato nel contesto nazionale e internazionale
- Case-study: Movimento Turismo del Vino



MODULO 7

MARKETING OPERATIVO DEL VINO

- Qualità, classificazione e vinificazione
- Packaging: non solo un fatto di confezione
- La gestione del prezzo: formazione e determinazione del costo
- Politiche distributive e i canali distributivi
- Case-study mercato internazionale: Elledue
- Case-study mercato italiano: Esploravino



MODULO 8

LA COMUNICAZIONE DEL VINO

- Comunicazione aziendale
- Marca e marchio
- I canali digitali: dal sito web al social media marketing
- Co-Marketing e comunicazione collettiva
- Case study: Castello di Volognano



MODULO 9

EXPORT MANAGEMENT E MERCATI INTERNAZIONALI

- Le basi dell'export management del vino: chi è l'export manager, cosa fa, cosa deve sapere, cosa deve saper fare
- I mercati non-EU
- Il mercato in USA
- Il mercato in CINA
- Case Study: Marchesi de'Cordano



MODULO 10

EVENTI PER L'EXPORT: BTOB E TASTINGS

- L'importanza degli eventi per l'export del vino
- Wine Tastings: come organizzare eventi all'estero e perché
- Fiere: vademecum per ottenere risultati
- Incontri Business-to-business e incoming con operatori esteri: come fare?
- Case-study: Wine Business Hub B-to-B



MODULO 11

RIFERIMENTI NORMATIVI

- Legislazione delle dogane
- Finanziamenti e bandi per il mondo vitivinicolo e la promozione dei prodotti sui paesi esteri: OCM, PSR e legge 1144

PIANO DIDATTICO

MODULO 1 INTRODUZIONE AL WINE BUSINESS

- Prodotto: peculiarità di un mercato unico
- I numeri del vino: Italia, Europa, Mondo
- Specificità del wine business: filiera e figure professionali coinvolte
- Bilancio delle competenze ed elaborazione scheda profilo personale

7/10 = 8 ore d'aula

MODULO 2 VINO E PROFESSIONE: IL BUSINESS PLANNING

- La filiera produttiva: tipi di aziende
- Modelli di business
- Il business plan
- Esercitazioni

Dal 8/10 al 11/10 = 32 ore d'aula

MODULO 3 VINO: IL PRODOTTO

- Vino come prodotto: sostanza o vanità?
- Vini, vitigni e denominazioni
- Regioni e terroir
- Degustazione di base: le regole da sapere
- Esercitazioni sul prodotto

Dal 21/10 al 22/10 = 16 ore d'aula

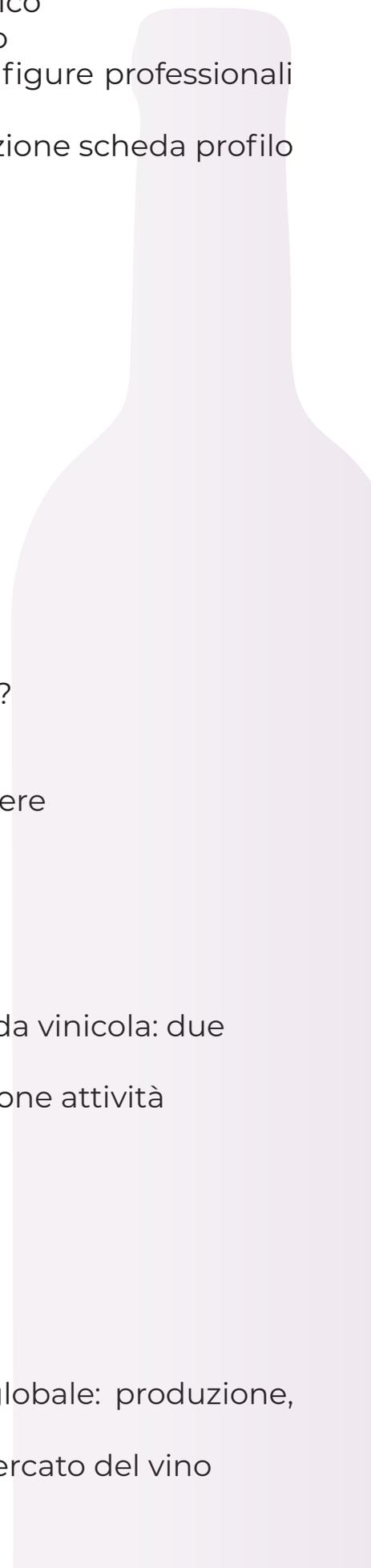
MODULO 4 PROFESSIONISTA O CONSULENTE? LA PIANIFICAZIONE DELLE ATTIVITA' AZIENDALI

- Azienda vinicola e consulente di azienda vinicola: due ambiti di attività possibili
- Organizzazione aziendale e pianificazione attività
- Pianificazione finanziaria e budgeting
- Esercitazioni

Dal 23/10 al 25/10 = 24 ore d'aula
TOTALE ORE OTTOBRE 80

MODULO 5 WINE MARKETING: IL MERCATO DEL VINO

- Mercato del vino nella dimensione globale: produzione, consumo, commercio internazionale
- Elementi strutturali essenziali per il mercato del vino



- Prodotto e istituzioni: governance del sistema normativo e marketing

04/11 = 8 ore d'aula

MODULO 6 IL CONSUMATORE

- Studio del consumatore: perché compriamo una bottiglia di vino?
- La segmentazione del mercato nel contesto nazionale e internazionale
- Case-study: Movimento Turismo del Vino

Dal 05/11 al 06/11 = 16 ore d'aula

MODULO 7 MARKETING OPERATIVO DEL VINO

- Qualità, classificazione e vinificazione
- Packaging: non solo un fatto di confezione
- La gestione del prezzo: formazione e determinazione del costo
- Politiche distributive e i canali distributivi
- Case-study mercato internazionale: Elledue
- Case-study mercato italiano: Esploravino

Dal 07/11 al 08/11 = 16 ore d'aula

MODULO 8 LA COMUNICAZIONE DEL VINO

- Comunicazione aziendale
- Marca e marchio
- I canali digitali: dal sito web al social media marketing
- Co-Marketing e comunicazione collettiva
- Case study: Castello di Volognano

Dal 18/11 al 22/11 = 40 ore d'aula
TOTALE ORE NOVEMBRE 80

MODULO 9 EXPORT MANAGEMENT E MERCATI INTERNAZIONALI

- Le basi dell'export management del vino: chi è l'export manager, cosa fa, cosa deve sapere, cosa deve saper fare
- I mercati non-EU
- Il mercato in USA
- Il mercato in CINA
- Case Study: Marchesi de'Cordano

Dal 02/12 al 06/12 = 40 ore d'aula

MODULO 10 EVENTI PER L'EXPORT: BTOB E TASTINGS

- L'importanza degli eventi per l'export del vino
- Wine Tastings: come organizzare eventi all'estero e perché
- Fiere: vademecum per ottenere risultati
- Incontri Business-to-business e incoming con operatori esteri: come fare?
- Case Study: Wine Business Hub B-to-B

Dal 16/12 al 20/12 = 40 ore d'aula
TOTALE ORE DICEMBRE 80

MODULO 11 RIFERIMENTI NORMATIVI

- Legislazione delle dogane
- Finanziamenti e bandi per il mondo vitivinicolo e la promozione dei prodotti sui paesi esteri: OCM, PSR e legge 1144

Dal 13/01 al 14/01 = 16 ore d'aula

MODULO 11 PROJECT WORK

- Identificazione aree di specializzazione, organizzazione gruppi di lavoro, impostazione
- Analisi e pianificazione del progetto di export
- Analisi di sostenibilità

Dal 15/01 al 17/01 = 24 ore d'aula

- Project work: mercato, specificità, azioni, finanziamenti, operatività

Dal 20/01 al 24/01 = 40 ore in FAD

- Presentazione, discussione e integrazioni project work
- Valutazione finale e consegna attestati

Dal 27/01 al 31/01 = 40 ore d'aula

TOTALE ORE GENNAIO 120

Il corso sarà tenuto da professionisti del gruppo Elledue e da tecnici esperti del settore.

LISA DE LEONARDIS - Marketing e Communication manager di Elledue, si occupa di consulenza alle cantine e ai consorzi, oltre che di gestione del personale e delle risorse umane dell'azienda.

È docente già nel Master in Wine Export Management e membro del comitato scientifico, è Esperta in Wine Digital Marketing.

È Editor in Chief per Sandhills Italy e si occupa di content marketing.

ANDREA SCHIAVONI - E' co-fondatore del gruppo Elephant e CEO di Clanth oltre che International Marketing Advisor per Gambero Rosso Holding. Trainer presso l'Università "La Sapienza" di Roma.

MASSIMILIANO GAVAZZI - Founder di Elledue è specializzato nello sviluppo di reti di vendita internazionali. Si occupa di mercato del vino da oltre 10 anni.

FRANCESCO SABATINI - Esperto di diritto del lavoro e della previdenza, contrattualistica commerciale (con esperienza specifica nella produzione di software e sistemi multimediali), rapporti commerciali internazionali e wine export.

E' Dottore in Ricerca e da 17 anni Attorney at Law presso lo Studio Legale Associato Sabatini di Roma con sede anche a Pescara, per il quale si occupa, tra le altre cose, di contrattualistica commerciale e internazionale.

SIMONE D'ALESSANDRO - Dal 1996 Copywriter specializzato in progettazione e gestione di campagne, libri pubblicitari, spot radio e tv. Ha lavorato in agenzie nazionali di comunicazione integrata e collaborato con multinazionali (Roland Europe - Mohave- Fater - Cordivari - Carsa - Procter und Gamble - Young & Rubicam - Ernst Young-Visionaria - MPR Milano - Blumm and Company-

Inner Media).

Si occupa di formazione universitaria e aziendale sui temi legati alla comunicazione pubblicitaria, pubblica e ambientale (Università degli Studi di Siena, Scienze della Comunicazione; Università degli Studi di Chieti, facoltà di Sociologia e di Lingue e Letterature Straniere; società di formazione Assform di Comunicazione Pubblica; Società di Formazione Sinergia Educational; società misto pubblica privata Eurobic; Cifap, l'istituto di Formazione IRFO; Emsar S.p.a.; Provincia di Pescara; comune di Avezzano; comune di Grottammare; consorzio Lile; consorzio Terre pescaresi).

ELISABETTA BERALDO - Founder di Why-Net food and wine marketing agency, coordina e organizza eventi del vino, BtoB e wine meeting in Piemonte e in altre regioni italiane per Consorzi e singole cantine.

MARIO PLAZIO - Wine Export Manager e responsabile rete vendita all'estero di Elledue, è stato responsabile per il Veneto per la guida Slow Wine di Slow Food. Collabora con la redazione di internetgourmet scrivendo articoli sui vini italiani e francesi, dei quali è un grande appassionato. È uno dei più grandi esperti di vino in Italia.

MASSIMILIANO BARATTUCCI - Psicologo, psicoterapeuta, dottore di ricerca in psicologia del lavoro, docente di Psicologia del Lavoro e delle Organizzazioni presso l'Università ECampus, si occupa di recruitment e selezione, orientamento professionale e formazione da 15 anni. E' consulente in aziende e P.A. per ciò riguarda la selezione del personale, l'analisi organizzativa, l'orientamento professionale, il bilancio di competenze, la valutazione del potenziale, la ricerca organizzativa e sui consumi. È docente del Master Wine Export Management di Pescara dalla prima edizione.