



ANNO 2026 - prima EDIZIONE
Febbraio - Giugno 2027

DURATA DEL CORSO
160 ore

ORARIO
Venerdì e sabato dalle 9:30 alle 18:30

PRESSO
strutture dell'Università degli Studi di
Padova (lezioni registrate e rese
disponibili sulla piattaforma Moodle)

RESPONSABILE SCIENTIFICO
Prof. Andrea Ganzaroli
andrea.ganzaroli@unipd.it

COORDINATORE DIDATTICO
Dott. Guglielmo Destro
direzione@winebusinesslab.it

DOCENTI
- Docenti universitari di strategia,
marketing, controllo, organizzazione
e internazionalizzazione;

- Imprenditori del vino, export
manager, consulenti di brand, figure
di consorzi, istituzioni di filiera,
consulenti di impresa.

QUOTA DI ISCRIZIONE
6.500 € (sconto Early Bird 15% fino al 30
novembre 2026)

MODALITÀ DI ISCRIZIONE
Inviare una mail a
master@winebusinesslab.it contenente il CV
del candidato o della candidata,
accompagnato da una descrizione
dell'azienda vitivinicola.

SEGRETERIA ORGANIZZATIVA
Dott.ssa Gioia Buonasera
master@winebusinesslab.it

Wine Business Lab 1

DESTINATARI

Titolari e co-titolari di cantine e aziende vitivinicole, esponenti della nuova generazione imprenditoriale in aziende familiari; direttrici e direttori commerciali, export manager e business unit manager; consulenti senior e professionisti che seguono imprese vitivinicole; figure apicali di consorzi, reti territoriali o progetti di sviluppo enoturistico.

OBIETTIVI

Definire strategia, posizionamento e modello di business dell'azienda vitivinicola.
Costruire un piano di marketing, branding e valorizzazione del portafoglio prodotti.
Strutturare la rete commerciale sul mercato italiano (canali, Horeca, GDO selettiva).
Impostare una Strategia di internazionalizzazione e un piano export strutturato, dalla selezione dell'importatore alla negoziazione contrattuale.

PROGRAMMA

Modulo 1: Strategia e business model

Scenari del settore, segmentazione, scelta del posizionamento, modello di creazione del valore strategia per aziende familiari.

Output atteso: mappa strategica dell'impresa e priorità di sviluppo a tre anni.

Modulo 2: Marketing, brand e reputazione

Architettura di marca, storytelling, packaging, comunicazione del territorio, gestione delle etichette, gestione della reputazione online e offline.

Output atteso: brand positioning statement e piano di valorizzazione del portafoglio.

Modulo 3: Vendite e rete commerciale Italia

Costruzione dei canali, Horeca, GDO selettiva, organizzazione della rete vendita, gestione agenti e distributori sul mercato interno italiano.

Output atteso: audit dei canali domestici e piano di sviluppo della rete vendita.

Modulo 4: Export: metodologia

Framework operativo per l'impostazione di un piano export, selezione e valutazione dell'importatore partner, negoziazione commerciale, contrattualistica internazionale, dazi e accordi commerciali, requisiti regolatori e di etichettatura per mercato.

Output atteso: piano export strutturato, applicabile a qualsiasi mercato.

Modulo 5: Export per area geografica

Applicazione del framework export alle specificità delle principali aree di mercato: Americhe, Est/Oriente, UE.

Differenze regolatorie, canali distributivi tipici, cultura negoziale e tempistiche di pagamento per area. Case study reali su selezione importatore e negoziazione.

Output atteso: playbook export per un'area geografica a scelta, con almeno un caso studio applicato.

COSA SI OTTIENE

Il percorso è costruito sulla propria azienda: ogni modulo produce un deliverable concreto e al termine il partecipante porta a casa un piano di sviluppo completo e pronto all'uso:

- una **mappa strategica** con le priorità di crescita a tre anni;
- un **brand positioning statement** e un piano di valorizzazione del portafoglio;
- un **piano di sviluppo della rete vendita** in Italia;
- un **piano export strutturato** e un **playbook** per un'area geografica a scelta.

Si impara a leggere il posizionamento competitivo della propria cantina, a gestire un brand nel vino, a governare canali e agenti, a selezionare e negoziare con gli importatori esteri.

Certificazione: al termine del Wine Business Lab 1 viene rilasciata una dichiarazione di frequenza. A chi completa sia il Lab 1 sia il Lab 2 viene rilasciato un attestato di formazione.