



***Il corso di alta formazione è organizzato dalla Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa, in maniera congiunta con l'Università di Pisa, l'Università per Stranieri di Siena, l'Università di Siena, in collaborazione con l'Associazione Italiana Sommelier Vigneto Italia, così gli esperti in marketing e strategie di comunicazione internazionale contribuiscono al suo sviluppo: aperte fino al 10 ottobre le iscrizioni al master universitario di primo livello “Vini Italiani e Mercati Mondiali”***  
***Aspettando la vendemmia 2022, analisi e prospettive del direttore Pietro Tonutti: “Come l'Italia può consolidare la leadership di un comparto che traina l'economia”***

PISA, SIENA, 15 settembre. Gli atenei della Toscana continuano a formare i professionisti delle strategie di marketing e comunicazione internazionale del vino italiano: sono aperte **fino al 10 ottobre** le iscrizioni alla nuova (ottava, per l'esattezza) edizione del [master universitario di primo livello “Vini italiani e mercati mondiali”](#) che, negli anni, ha riscosso un successo crescente, in particolare per la tendenza positiva di inserimento nel mondo del lavoro di chi ha conseguito il titolo. Il master, organizzato dalla [Scuola Superiore Sant'Anna](#) di Pisa, in maniera congiunta con l'[Università di Pisa](#), l'[Università per Stranieri di Siena](#), l'[Università di Siena](#), in collaborazione con l'[Associazione Italiana Sommelier \(AIS\)](#), si è accreditato come il **punto di riferimento** per l'alta formazione nel settore specifico della **produzione enologica nazionale**.

La partecipazione degli atenei rafforza la qualità e l'ampiezza della proposta formativa e conferma l'interesse delle istituzioni universitarie toscane verso il **percorso professionale** che il master delinea, focalizzato sulle produzioni enologiche nazionali. Il livello di occupazione di chi ha conseguito il titolo si è mantenuto su livelli elevati, grazie all'attivazione di rapporti professionali con aziende in diverse regioni italiane, per collaborare alle attività formative, anche attraverso gli *stage*. Il **consorzio universitario AlmaLaurea** riporta infatti un **tasso di occupazione compreso fra il 65 e 90 per cento**, entro un anno dal conseguimento del titolo, tra chi ha concluso il master nelle prime cinque edizioni. Gli **sbocchi professionali** continuano a essere molteplici e riguardano, in particolare, attività di promozione nazionale e internazionale per singole aziende come per marchi collettivi, gestione e responsabilità del marketing, organizzazione di eventi e gestione turismo enologico e ospitalità aziendali, attività e definizione di strategie di comunicazione.

Il master **forma** una figura professionale che, grazie alle conoscenze dei principi della produzione vitivinicola, dei meccanismi e degli strumenti della comunicazione e del marketing, nonché delle tecniche di degustazione sviluppate nel corso delle attività didattiche, sia in grado di operare nei settori finalizzati alla diffusione della **conoscenza dei vini italiani all'estero**, nonché alla loro promozione e all'affermazione sui mercati mondiali, considerando sia quelli **consolidati** (come **Stati Uniti, Germania, Regno Unito**) sia quelli in espansione (quali **Cina, Corea, Russia, Brasile, America latina**), con un particolare focus su paesi **“emergenti”** (ad esempio **India, Africa, Sud-est asiatico**).

**Chi consegue il titolo** diventa uno specialista in temi che riguardano la conoscenza dei vini italiani, anche grazie alle competenze in degustazione attraverso il conseguimento, all'interno del master, del **diploma di sommelier AIS**, dei territori che li producono e dei risvolti qualitativi, culturali, socio-

economici e commerciali, delle tecniche e delle modalità di comunicazione specifiche per i prodotti enologici.

**Chi può partecipare.** Il master è diretto a laureati di primo livello in viticoltura ed enologia, in discipline agrarie-alimentari, economiche, di comunicazione e di marketing o a laureati di primo o secondo livello in altre discipline attinenti al profilo professionale da formare, anche in relazione al percorso e alle motivazioni dei candidati. La richiesta di ammissione è aperta anche a laureandi, i quali abbiano terminato gli esami di profitto prima dell'inizio delle lezioni e che prevedano di acquisire il titolo di accesso nel corso delle attività didattiche del master. E' possibile richiedere la partecipazione a singoli moduli o come uditori. Alcune lezioni si tengono in lingua inglese per favorire l'approccio ai mercati internazionali.

“Il **vigneto Italia** continua ad avere numeri importanti e in crescita, rappresentando uno dei punti di forza del comparto agroalimentare nazionale con un ruolo di traino per l'intera economia - commenta il direttore del master, **Pietro Tonutti**, docente di viticoltura alla Scuola Superiore Sant'Anna. In questi ultimi 5 anni, oltre al consolidamento nel ruolo di leader a livello mondiale nella produzione di vino (nella vendemmia 2021 l'Italia ha prodotto circa 50 milioni di ettolitri che rappresentano il 19% della produzione mondiale), l'Italia assiste a un incremento delle superfici vitate, con una sempre maggiore attenzione ai vitigni autoctoni e a pratiche e gestioni (di vigna e cantina) sostenibili. Anche se il consumo di vino a livello nazionale è capillarmente diffuso – prosegue Pietro Tonutti – soltanto metà circa della produzione nazionale è destinata al consumo interno ed è fondamentale perseguire politiche e strategie di consolidamento del trend positivo dell'export che, nel 2021 ha superato per la prima volta la soglia dei 7 miliardi di euro. I mercati europei (Germania e UK, ma anche, un po' sorprendentemente, la Francia) e quello statunitense hanno mantenuto od incrementato i livelli di importazioni dei vini italiani. Anche la Cina ha fatto registrare incrementi consistenti di import di vino italiano. Alcune criticità si sono invece manifestate in altri mercati asiatici. I primi mesi del 2022 lasciano ben sperare con aumenti stimati del 20% circa rispetto allo stesso periodo del 2021”.

“L'**export del vino** – dice ancora Pietro Tonutti – rappresenta un fattore di assoluta importanza per il settore enologico nazionale con positive ripercussioni anche su altri ambiti ad esso collegati, per esempio turismo, che sta rivestendo un ruolo sempre più forte nelle strategie aziendali, e promozione più generale del '**Made in Italy**'. Da qui la necessità di formare figure professionali in grado di creare opportunità e sviluppare nuove dinamiche aziendali e di diffondere in maniera adeguata e con successo la conoscenza dei vini italiani, delle numerose Dop ('**Denominazioni di Origine Protetta**') e della cultura legata alle tradizioni enologiche e ai diversi territori. Per raggiungere questo scopo è necessaria una forte complementazione delle competenze viticolo-enologiche e di marketing con quelle più squisitamente di tipo socio-culturale e di comunicazione da integrare con quelle relative allo studio delle caratteristiche dei mercati – conclude Pietro Tonutti - e delle tipologie dei consumi e dei consumatori internazionali”.

---

Francesco Ceccarelli

*Giornalista pubblico*

Responsabile U.O. Comunicazione e informazione

Area Relazioni Esterne e Comunicazione

Scuola Superiore Sant'Anna  
Piazza Martiri della Libertà, 33 - 56127 PISA  
Tel. +39. 050.883.378  
Cell. +39 348 7703786  
[francesco.ceccarelli@santannapisa.it](mailto:francesco.ceccarelli@santannapisa.it)

Scuola Superiore Sant'Anna [www.santannapisa.it](http://www.santannapisa.it)  
Ultime notizie su [www.santannapisa.it/it/santanna-magazine](http://www.santannapisa.it/it/santanna-magazine)  
Facebook [www.facebook.it/scuolasuperioresantanna](http://www.facebook.it/scuolasuperioresantanna)

**Susanna Bruni**

Coordinamento Comunicazione e Relazioni Esterne

P.zza Amendola 29 - 53100 Siena

Tel. +39 0577 240.220

Email: [bruni@unistrasi.it](mailto:bruni@unistrasi.it)

Skype: bruni.s