



Sant'Anna

Scuola Universitaria Superiore Pisa



UNIVERSITÀ DI PISA



ATENEIO INTERNAZIONALE
Università per Stranieri di Siena



Associazione Italiana Sommelier

Aperte le iscrizioni alla sesta edizione del master universitario di I livello “Vini italiani, mercati mondiali”, promosso dalla Scuola Sant’Anna di Pisa in maniera congiunta con Università di Pisa, Università per Stranieri di Siena, Università di Siena, in collaborazione con Associazione Italiana Sommelier (Ais). AlmaLaurea continua a certificare il successo in termini di inserimento nel mondo del lavoro

Atenei della Toscana formano gli “ambasciatori” del vino italiano nel mondo

PISA, SIENA 14 luglio. Gli atenei della Toscana formano gli ambasciatori del vino italiano, grazie alla nuova edizione del **master universitario di primo livello “Vini italiani e mercati mondiali”**, giunto alla **sesta** in un crescente successo, in particolare per l’inserimento nel mondo del lavoro degli ex allievi. Questo master si è ormai accreditato come punto di riferimento per l’alta formazione nel settore della **comunicazione** e del **marketing del vino** e, anche per la nuova edizione, 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 (Ais)**. La partecipazione degli atenei rafforza la qualità e l’ampiezza della proposta formativa e conferma l’interesse delle istituzioni universitarie toscane al percorso professionale del master, focalizzato sulla produzioni enologiche nazionali. Le iscrizioni sono aperte fino al 5 ottobre 2020.

Il successo del master è testimoniato dal **livello occupazionale** di chi ha conseguito il titolo, grazie all’attivazione di rapporti professionali con aziende, distribuite nelle diverse regioni italiane, che collaborano alle attività formative anche attraverso gli stage.

Il **consorzio universitario AlmaLaurea** riporta un tasso di occupazione compreso fra il 65 e 85.7 per cento, entro un anno dal conseguimento del titolo, tra chi concluso il master

nelle prime edizioni. Gli sbocchi professionali sono molteplici e riguardano, in particolare, attività di promozione nazionale e internazionale sia per singole aziende sia per marchi collettivi, gestione e responsabilità del marketing, organizzazione di eventi, attività e strategie di comunicazione.

Il corso forma dunque una figura professionale che, grazie alle conoscenze sui meccanismi e sugli strumenti della comunicazione e sulle tecniche di degustazione, 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**), con un particolare focus su paesi "emergenti" (ad esempio **India, Africa, Sud-est asiatico**).

Gli "ambasciatori del vino italiano" sono specialisti in temi riguardanti 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. Particolare attenzione anche alle caratteristiche e alle tendenze dei diversi mercati mondiali e dei consumatori internazionali.

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 terranno in lingua inglese per favorire l'approccio ai mercati internazionali.

"Nonostante le naturali oscillazioni, l'Italia continua a mantenere la leadership mondiale in termini di produzione di vino con i circa 50 milioni di hl dell'ultima vendemmia 2019 - commenta il direttore del master, **Pietro Tonutti**, docente di viticoltura alla Scuola Superiore Sant'Anna – e, di questi, poco meno della metà è destinata al consumo interno ed è quindi fondamentale perseguire politiche e strategie di consolidamento del trend positivo dell'export. Negli ultimi dieci anni, infatti, l'esportazione complessiva di vino italiano ha visto un incremento in valore di circa il 65% raggiungendo nel 2019 la cifra di 6.4 Mld di euro".

"Questo andamento positivo sembra destinato a consolidarsi nel tempo, con dinamiche ed incrementi che variano, tuttavia, da paese a paese. Anche considerando gli ultimi 3 - 4 anni, l'export del vino rappresenta – prosegue Pietro Tonutti - un fattore di assoluta importanza per il settore enologico nazionale con positive ripercussioni anche su altri ambiti ad esso collegati (esempio turismo, promozione più generale del "Made in Italy"). Da qui la necessità di formare figure professionali in grado di creare opportunità e diffondere la conoscenza dei vini italiani, delle numerose Dop ("Denominazioni di origine protetta") e della cultura legata alle tradizioni enologiche e ai territori italiani. 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 e delle tipologie dei consumi e dei consumatori internazionali”.

“Una particolare attenzione – conclude Pietro Tonutti - sarà dedicata alle problematiche innescate dall'emergenza Covid-19, che ha colpito il mondo della post-produzione e commercializzazione del vino. Gli scenari aperti a seguito della pandemia e le relative conseguenze obbligano a ideare, sviluppare e mettere a punto strategie innovative anche nel settore specifico del marketing dei prodotti enologici”.

Approfondimenti su <https://bit.ly/3f5dTZ3>

Per Scuola Superiore Sant'Anna www.santannapisa.it

Ultime notizie su www.santannapisa.it/it/

Facebook www.facebook.it/

Twitter @ScuolaSantAnna ; Twitter ENG @SantAnnaPisa

Francesco Ceccarelli, Responsabile Funzione Ufficio Stampa, Comunicazione – Staff della Rettrice
Piazza Martiri della Libertà 33 – 56127 Pisa