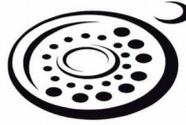




Sant'Anna
Scuola Universitaria Superiore Pisa

ATENEIO INTERNAZIONALE
Università per Stranieri di Siena



Associazione Italiana Sommelier



Corso di alta formazione 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)

“Vini italiani e mercati mondiali”: aperte le iscrizioni alla settima edizione del master universitario di primo livello che forma gli **“ambasciatori” del vino italiano**

FIRENZE, 27 luglio. Prosegue l'impegno congiunto degli atenei della Toscana nel formare i professionisti delle strategie di marketing e comunicazione internazionale del vino italiano: sono aperte fino al 4 ottobre le iscrizioni alla nuova edizione, la settima, del [master universitario di primo livello “Vini italiani e mercati mondiali”](#), 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 verso il percorso professionale del master, focalizzato sulle produzioni enologiche nazionali. Il successo del corso è confermato dal trend di inserimento nel mondo del lavoro di chi ha conseguito il titolo nelle precedenti edizioni. Questo corso si è infatti accreditato come punto di riferimento per l'alta formazione nel settore specifico della produzione enologica nazionale.

Il master “Vini italiani e mercati mondiali” forma una figura professionale che, grazie alle conoscenze dei principi della produzione vitivinicola, dei meccanismi e strumenti della comunicazione e marketing, nonché delle tecniche di degustazione sviluppate durante le attività didattiche, è in grado di contribuire alla diffusione della conoscenza dei vini italiani all'estero, alla loro promozione e affermazione sui mercati mondiali, considerando sia quelli consolidati (Stati Uniti, Germania, Regno Unito) sia quelli in espansione (Cina, Corea, Russia, Brasile, America latina), con una particolare attenzione su paesi “emergenti” come India, Africa, Sud-est asiatico.

Gli “ambasciatori del vino italiano”, formati dal master, sono specialisti in temi riguardanti la conoscenza dei vini italiani - grazie anche alle competenze in degustazione, acquisite all'interno del master con il 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 è dedicata 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 in qualità di uditori. Alcune lezioni si tengono in lingua inglese per favorire l'approccio ai mercati internazionali.

Il placement. Il successo del master è testimoniato dal livello occupazionale di chi ha conseguito il titolo, grazie all'attivazione di rapporti professionali con aziende 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 90 per cento, entro un anno dal conseguimento del titolo, tra chi ha concluso il master nelle prime quattro edizioni. I molteplici sbocchi professionali 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 mercato italiano e quello mondiale. “Nonostante le naturali oscillazioni, l'Italia continua a mantenere la leadership mondiale in termini di produzione di vino che, anche nella vendemmia 2020, sfiora i 50 milioni di ettolitri - commenta il direttore del master, [Pietro Tonutti](#), docente di viticoltura alla Scuola Superiore Sant'Anna. Un interessante trend, che può avere riflessi a livello di mercati internazionali, è il fatto che i vini bianchi continuano ad essere prevalente sui vini rossi, raggiungendo il 57% della produzione totale. Un altro elemento di interesse è senz'altro rappresentato dal consolidamento delle produzioni Doc/Docg che rappresentano quasi il 45% della produzione totale. Poco meno della produzione nazionale è destinata al consumo interno ed è quindi fondamentale perseguire politiche e strategie di consolidamento del trend positivo dell'export che, pur avendo evidenziato una lieve flessione nel 2020 rispetto all'anno precedente, dovuta anche ad aspetti legati alla pandemia Covid-19, si attesta attorno ai 6.3 miliardi di euro”.

“I mercati europei e nordamericani – prosegue Pietro Tonutti - hanno mantenuto od incrementato (anche in modo marcato, come nel caso di alcuni paesi scandinavi) i livelli di importazioni dei vini italiani, alcune criticità si sono invece manifestate nei mercati asiatici. L'export del vino rappresenta un fattore di assoluta importanza per il settore enologico nazionale con positive ripercussioni anche su altri ambiti ad esso collegati (come il turismo e la promozione più generale del “Made in Italy”). Da qui la necessità di formare figure professionali in grado di creare opportunità e sviluppare nuove strategie aziendali (anche in relazione alle problematiche create dal Covid-19), e di diffondere 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 – conclude il direttore del master - 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”.

Per Scuola Superiore Sant'Anna

Francesco Ceccarelli

Giornalista pubblico

Responsabile U.O. Comunicazione e informazione

Area Relazioni Esterne e Comunicazione

Piazza Martiri della Libertà, 33 - 56127 PISA

Tel. +39. 050.883.378 Cell. +39 348 7703786

francesco.ceccarelli@