



Sant'Anna
Scuola Universitaria Superiore Pisa



UNIVERSITÀ DI PISA

ATENEEO INTERNAZIONALE
Università per Stranieri di Siena



Associazione Italiana Sommelier

Giovedì 8 novembre a Pisa si apre la nuova edizione del Master organizzato in maniera congiunta da Scuola Superiore Sant'Anna, Università di Pisa, Università per Stranieri di Siena, Associazione Italiana Sommelier. Il direttore Pietro Tonutti: "Dall'aumento dell'export riflessi positivi per tutta la nostra economia"

Gli "ambasciatori" dei vini italiani nel mondo si formano a Pisa, per promuovere uno dei settori per eccellenza del "made in Italy" sui mercati emergenti (senza dimenticare quelli consolidati)

PISA, 6 novembre. In Toscana si forma un "ambasciatore" in grado di valorizzare le produzioni vitivinicole dell'Italia nel mondo, un esperto in grado di conoscere i vini italiani, i territori che li producono e i risvolti qualitativi, culturali, sociali, economici e commerciali. Questa nuova figura si specializza a Pisa, grazie al master universitario "Vini italiani, mercati mondiali" promosso congiuntamente dalla Scuola Superiore Sant'Anna, dall'Università di Pisa, dall'Università per Stranieri di Siena, dall'Ais (Associazione Italiana Sommelier). La nuova edizione del master, la quarta, si inaugura giovedì 8 novembre alla Scuola Superiore Sant'Anna (ore 15.00, aula magna) di Pisa, dopo che le precedenti edizioni sono state caratterizzate da un successo crescente, anche in termini di risvolti occupazionali degli allievi.

Il master forma la nuova figura professionale in grado di intervenire e di operare in settori differenti, ma finalizzati alla diffusione della conoscenza dei vini italiani all'estero, nonché alla loro promozione e alla loro diffusione sui mercati mondiali, considerando quelli consolidati (Stati Uniti, Germania, Regno Unito) e quelli in espansione (Cina, Corea, Russia), con una particolare attenzione verso paesi "emergenti" dal punto di vista del consumo del vino come possono essere l'India, l'Africa, il Sud-est asiatico, il Messico. Gli "ambasciatori del vino italiano nel mondo" acquisiscono con questo master universitario la capacità e le competenze anche per analizzare le tendenze dei diversi mercati mondiali e le aspettative dei consumatori, per contribuire a promuovere la diffusione di un prodotto

per eccellenza del “made in Italy” che, legato al marchio “Italia”, assume una grande capacità di attrazione.

Le lezioni della quarta edizione del master universitario “Vini italiani, mercati mondiali”, che si aprono giovedì 8 novembre e che si chiudono a giugno 2019, sono dirette 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. Il corso prevede in totale 400 ore di formazione di aula e 450 ore di stage presso aziende ed imprese del settore della produzione, della comunicazione (old & new media) ed organizzazione di eventi, del marketing e dell’export dei prodotti enologici.

“Quando è stata attivato il master – commenta Pietro Tonutti, direttore del master - l’Italia aveva da poco superato la soglia dei 5 miliardi di euro di export di vino, ma negli ultimi tre anni si sono verificati almeno due fatti importanti: l’Italia ha raggiunto la leadership produttiva a livello mondiale e l’ha mantenuta anche nell’annata 2017, che pure ha visto forti cali produttivi in tutta Europa, con una quota del 16 per cento della produzione mondiale, ma ha anche costantemente incrementato il valore complessivo dell’export per un valore che, nel 2017, ha raggiunto e superato il valore record dei 6 Mld di euro. Questo trend positivo, a cui ha contribuito in maniera determinante anche la Toscana, appare destinato a consolidarsi nel tempo. Anche a causa della diminuzione dei consumi interni, l’export del vino rappresenta un fattore di assoluta importanza per il settore enologico nazionale con positive ripercussioni anche su altri aspetti ad esso collegati come aumento dei flussi turistici e 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, nonché accompagnare, gestire ed implementare i flussi di esportazione in stretta sinergia con il mondo produttivo”.

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 del Rettore

Piazza Martiri della Libertà 33 – 56127 Pisa