



***Domande di partecipazione entro l'8 ottobre; il direttore Pietro Tonutti:
“Intercettando le nuove tendenze dei consumatori a livello globale e con la
capacità di adattarsi in modo rapido ai cambiamenti del mercato, l'export italiano
può raggiungere il valore di 8 miliardi a fine 2024”***

**Vini italiani e mercati mondiali: aperte le iscrizioni alla decima
edizione del master universitario di primo livello promosso da quattro
atenei della Toscana insieme ad Associazione Italiana Sommelier**

***È il riferimento per formare professionisti in comunicazione e marketing del
settore vitivinicolo, una delle eccellenze del nostro Paese***

PISA, 18 luglio. Arriva alla decima edizione il master universitario di primo livello [Vini italiani e mercati mondiali](#), ormai accreditato come il punto di riferimento per l'alta formazione nel settore specifico della produzione enologica italiana, e apre le iscrizioni per il nuovo anno accademico, con scadenza per la presentazione delle domande all'8 ottobre. In tutti questi anni il master, organizzato dalla **Scuola Superiore 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](#), ha incontrato un successo crescente, sia per chi ha conseguito il titolo sia per le aziende coinvolte nel progetto formativo. La collaborazione tra quattro atenei della Toscana rafforza la qualità e l'ampiezza della proposta didattica e conferma l'interesse delle istituzioni universitarie toscane al percorso professionale del master, che forma professionisti delle strategie di marketing e comunicazione internazionale del vino italiano, una figura sempre più richiesta dal mercato.

Il successo del master confermato dai dati sull'occupazione. Il favore è testimoniato dal **livello occupazionale** di chi ha conseguito il titolo, grazie all'attivazione di rapporti professionali con aziende, distribuite in numerose regioni italiane, che collaborano alle attività formative anche attraverso gli stage. Circa il 70 per cento di coloro che hanno iniziato una attività lavorativa lo ha fatto già al termine dello stage o addirittura prima della conclusione del Master. Il **consorzio universitario AlmaLaurea** riporta un tasso di occupazione compreso fra il 65 e 90 per cento, entro un anno dal conseguimento del titolo, per le precedenti sei edizioni. Gli sbocchi professionali sono molteplici e riguardano, in particolare, attività di promozione nazionale e internazionale tanto per singole aziende quanto per marchi collettivi, gestione e responsabilità del marketing, organizzazione di eventi e gestione turismo enologico e ospitalità aziendali, attività e strategie di comunicazione.

I temi al centro dell'attività didattica. Chi consegue il titolo acquisisce conoscenze dei principi della produzione vitivinicola, dei meccanismi e degli strumenti della comunicazione e del marketing, nonché delle tecniche di degustazione sviluppate durante le attività didattiche, ed è 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 quelli consolidati (**Stati Uniti, Germania, Regno Unito; Canada, Giappone, Paesi scandinavi**) e quelli in espansione (**Cina, Corea, Russia, Brasile, America latina**), con una particolare attenzione su paesi cosiddetti "emergenti" (**Africa, Sud-est asiatico**). Le studentesse e gli studenti acquisiscono anche competenze per la degustazione dei vini, attraverso il **diploma di sommelier AIS** – conseguito durante l'attività in aula - 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 si rivolge a laureate e a laureati di primo livello in **qualsiasi disciplina**. La domanda di ammissione è aperta anche a laureande e laureandi, che 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. È anche possibile richiedere la partecipazione a singoli moduli o come uditori. Sono previste lezioni in inglese per favorire l'approccio ai mercati internazionali.

Vitivinicoltura eccellenza italiana. “Nonostante la riduzione delle produzioni della vendemmia 2023, la vitivinicoltura italiana continua ad essere uno dei punti di forza del comparto agroalimentare nazionale - commenta il direttore del master, [Pietro Tonutti](#), docente di viticoltura alla Scuola Superiore Sant'Anna - e rappresenta un riferimento e spesso un modello a livello internazionale con le sue eccellenze e le ampie diversità produttive e gestionali. In questi ultimissimi anni, anche in relazione ai **cambiamenti climatici** e ai riflessi lasciati dal Covid, stiamo assistendo a profondi cambiamenti nella produzione e nel consumo di vino a livello globale. Questi aspetti devono essere studiati e affrontati con grande attenzione, tenuto conto delle caratteristiche intrinseche e delle tempistiche necessarie per adeguare e aggiornare le filiere vitivinicole. Questo è particolarmente vero per le produzioni italiane, caratterizzate da un forte diversità, rimarcata dalla sempre maggiore attenzione ai vitigni locali e alla territorialità, e dalla necessità di sviluppare ed applicare in misura crescente pratiche e gestioni sostenibili, di vigna e di cantina. Questi fattori, coniugati con l'alta qualità che caratterizza una larga parte delle produzioni nazionali, rappresentano punti di forza del vino italiano che, nonostante un calo dei consumi di vino registrato a livello mondiale, è infatti riuscito a limitare le riduzioni, dovute soprattutto a fattori congiunturali, di volumi e valori dell'export nel 2023.

Sempre maggiore attenzione verso l'export. “L'export del vino italiano – continua Pietro Tonutti - registra numeri positivi per i primi mesi del 2024 che, in proiezione e in assenza di dinamiche congiunturali sfavorevoli, potrebbero portare a raggiungere il valore complessivo di circa 8 miliardi di euro a fine anno. La promozione internazionale rappresenta quindi un fattore cruciale per il successo del settore enologico nazionale con positive ripercussioni anche su altri ambiti ad esso collegati, come il turismo enologico, che sta rivestendo un ruolo sempre più forte nelle dinamiche aziendali. E' tuttavia necessario procedere verso la messa a punto di strategie innovative ed efficaci di comunicazione, nonché un rapido adeguamento ai cambiamenti del mercato e delle tendenze dei consumi di vino nei diversi paesi. Appare anche necessario procedere verso l'ampliamento delle destinazioni dell'export di vini italiani, a oggi per il 60% indirizzato verso soltanto cinque paesi (Germania, USA, UK, Canada, Giappone). Per raggiungere questo scopo – conclude Pietro Tonutti - sono necessarie figure professionali caratterizzate da una 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. Tutti aspetti che il master include nel programma formativo”.

Ufficio Stampa e Media Digitali



Scuola Superiore Sant'Anna – www.santannapisa.it