

Comunicare il vino e il territorio. Il Master dell'Università Cattolica insieme ad AIS Lombardia e Piemonte

[News](#)

05 settembre 2019



Vino e territorio, un binomio sempre più imprescindibile nella comunicazione. AIS Lombardia e AIS Piemonte saranno partner di un Master Universitario di Primo Livello che inizia a novembre a Brescia

Paolo Valente

RUBRICHE

- [Degustatori AIS Lombardia](#)
- [Istituti Alberghieri](#)
- [Concorsi](#)
- [Premi](#)
- [Sconto ai Soci](#)
- [Racconti dalle delegazioni](#)
- [Offerte di lavoro](#)
- [Multimedia](#)

“Comunicazione per il settore enologico e il territorio”, è questo il titolo del **Master Universitario di primo livello** organizzato dall'**Università Cattolica del Sacro Cuore** e che si avvarrà della partnership di **AIS Lombardia** e **AIS Piemonte**.

Il Master, presentato in Franciacorta nel monastero di San Pietro in Lamosa, nasce all'interno delle Facoltà di Scienze Politiche e sociali e Psicologia con il desiderio di creare un percorso ad hoc che unisca le competenze del vino a quelle della comunicazione.

La professoressa **Carla Lunghi**, direttore del Master, ha ricordato come sia necessario creare figure professionali specializzate che sappiano abbinare conoscenze più tecniche, quali il profilo storico e culturale del vino, la viticoltura e l'enologia, alla comunicazione classica e dei new media.

Il Master, grazie alla collaborazione di AIS Lombardia e AIS Piemonte, prevede due laboratori esperienziali curati dalle due associazioni. Per la parte lombarda il laboratorio si terrà, insieme al Consorzio Franciacorta, presso la sede AIS di Brescia.

«Per AIS è un piacere e un onore essere partner – ha sottolineato **Alessandro Caccia**, delegato bresciano –. La comunicazione è fondamentale per la conoscenza dei territori e delle realtà e AIS lo fa tutti i giorni sia con i corsi per sommelier che con le serate di degustazione».

Oltre al Consorzio della Franciacorta, il Master della Cattolica vedrà la partecipazione anche di quello di Caluso, Carema e Canavese. Due realtà differenti che consentiranno agli studenti di ampliare le prospettive operative e di lavorare in contesti diversi. Non importa se si tratta di piccole o grandi cantine, di territori importanti o minori: se si è

in grado di comunicarli correttamente tutto il mondo del vino ne avrà giovamento continua la professoressa Lunghi.

Domenico Trappero, viticoltore del Canavese e relatore AIS, nel suo intervento, si è focalizzato sul cambiamento della comunicazione negli ultimi decenni. Se prima era sufficiente avere una bella etichetta che attirasse l'attenzione, oggi occorre comunicare una storia, un vissuto quotidiano con tutti i relativi problemi, difficoltà o successi. Una cantina di piccole dimensioni non ha la forza e, a volte, nemmeno le competenze per fare tutto ciò. È allora necessario avere figure professionali che, magari a distanza, sappiamo creare una comunicazione esperienziale, emozionale che riesca a colpire il consumatore.

Silvano Brescianini, Presidente del Consorzio Franciacorta, ha notato come oggi ci siano due parole che si rincorrono nel mondo del vino: storytelling e biodiversità. Raccontare il territorio diventa importante specialmente quando ci si avvicina ai mercati stranieri. Il vino di qualità è sempre associato a un luogo di particolare fascino, cosa che in Italia è sempre vera. Il problema è poi comunicarlo. «Noi diamo per scontato che tutti conoscano i nostri territori e la nostra storia. Ma non è così; forse nemmeno noi la conosciamo tutta. È quindi necessario studio e formazione; promuovere una regione viticola provoca interesse e stimola il turismo. Arriveranno visitatori non solo per le cantine, ma anche per i castelli, le chiese, i ristoranti e gli hotel. Valorizzare è un presupposto fondamentale. Quindi ben venga la creazione di nuove professionalità senza però dimenticare i servizi essenziali quali la mobilità e l'accoglienza. Dobbiamo essere ottimisti perché tutti gli indicatori dicono che l'interesse è in crescita».

Trappero ricorda poi una recente ricerca di Tripadvisor che ha rilevato come il viaggiatore attribuisca all'enogastronomia un peso maggiore o pari a quello riservato al patrimonio artistico. A parità di attrattiva storico/culturale la scelta propende verso quei territori dove l'enogastronomia è particolarmente sviluppata.

Le lezioni del Master si terranno nella sede di Brescia il **venerdì e il sabato da novembre 2019 a marzo 2020**. Seguirà poi un periodo di stage presso Consorzi o cantine. Il Master si rivolge sia a neo-laureati (almeno laurea triennale) che a persone che sono già nel mondo del lavoro e che vogliono approfondire questi aspetti. È prevista la possibilità di partecipare alle lezioni in qualità di uditori.

Per maggiori informazioni master.universitari-bs@unicatt.it oppure www.master.unicatt.it.

RUBRICHE