Arriva il Master universitario che forma l'ambasciatore del vino italiano, per comunicarne il valore aggiunto identitario e culturale e per promuoverlo in modo particolare sui mercati emergenti. "Vini italiani e mercati mondiali" è il master universitario di primo livello, promosso dal Sant'Anna, in collaborazione con Università di Pisa, Università per Stranieri di Siena, Associazione Italiana Sommelier le cui iscrizioni si chiudono il 15 ottobre 2015.

Possono presentare domanda di partecipazione i laureati di primo livello, anche in possesso di un titolo equipollente, in Viticoltura ed enologia, in discipline economiche, in marketing nonché laureati di primo e di secondo livello in altre discipline attinenti al profilo professionale, anche in relazione al percorso e alle motivazioni dei candidati.

La richiesta di ammissione è aperta a laureandi, i quali abbiano terminato gli esami di profitto prima dell'inizio delle lezioni e che prevedano di acquisire il titolo di accesso nella sessione straordinaria dell'anno accademico che precede l'inizio delle lezioni, a novembre 2015. E' possibile richiedere la partecipazione a singoli moduli o semplicemente come uditori.

La parte didattica si articola in tre moduli, a cui si aggiunge (per chi ne fosse sprovvisto) il corso per sommelier. In totale sono previste 400 ore di formazione in aula, oltre a quelle dedicate alle attività individuali di studio, con inizio a novembre 2015. A conclusione è previsto uno stage aziendale, tra luglio 2016 e gennaio 2017, in una delle più note e affermate aziende vitivinicole italiane, che hanno già offerto la disponibilità ad accettare allievi del Master "Vini italiani e mercati globali".

Il corso dà valore a una professionalità oggi poco diffusa o non valorizzata in maniera adeguata. Il settore enogastronomico è uno degli elementi che caratterizzano il "made in Italy" e che contribuiscono alla definizione dell'identità italiana in termini culturali ed economici, sui mercati internazionali, poiché è sinonimo di prodotto non replicabile ed espressione di territorio univoco, che non ha eguali nel mondo. Per affrontare i mercati internazionali, in particolare quelli emergenti, promuovendo il settore vitivinicolo e, più in generale, quello enogastronomico è necessaria una formazione adeguata, su temi strategici. In questo modo è possibile contribuire alla definizione della "cultura del vino", con riferimento al quello italiano.

Dal master escono professionisti con conoscenze nel settore viticolo e in quello enologico, ottenute anche attraverso la partecipazione al corso di sommelier, con conseguimento del titolo rilasciato dall'Associazione Italiana Sommelier, richiesto come prerequisito ma conseguibile all'interno del master stesso, come modulo specifico. Gli "ambasciatori del vino italiano" sono specialisti in temi come la promozione, la diffusione, la conoscenza del vino, dei territori che lo producono e dei suoi diversi risvolti - qualitativi, culturali, sociali ed economici, commerciali - con particolare riferimento alle strategie di marketing. Queste ultime saranno sviluppate in relazione alle peculiarità dei mercati mondiali di riferimento e dei consumatori.

Le attività formative sono caratterizzate da una forte integrazione delle competenze, a partire da quelle di base negli ambiti viticoli ed enologici, per completarsi con quelle più orientate ad aspetti di tipo sociale e culturale, della comunicazione e del marketing, e dello studio delle dinamiche dei mercati e delle tipologie dei consumi alimentari.

“L’istituzione di un master focalizzato sui vini italiani e sul loro impatto sui mercati mondiali - commenta il direttore Pietro Tonutti – è di grande interesse e di attualità per il settore produttivo nazionale tenuto conto che, negli ultimi anni, si è verificata una continua crescita delle esportazioni, seppur diversificate per tipologia di vino e per paese di riferimento, che il fatturato del settore degli ultimi anni è risultato positivo grazie alla domanda estera e che, per la prima volta nel 2014, le esportazioni a volume hanno raggiunto dimensioni analoghe ai consumi interni. Questi dati relativi all’export del vino italiano – sottolinea Pietro Tonutti - confermati da un crescita di circa il 4 per cento registrata nel primo trimestre 2015, mettono in luce la forte dinamicità del settore verso i mercati internazionali. Le figure professionali che il master intende formare potranno rappresentare un elemento cruciale per rafforzare questo trend positivo, sia in ambiti commerciali consolidati sia, soprattutto, in quei mercati in espansione la cui conoscenza dei vini italiani è ancora limitata, settoriale o assente”.