

Vino: accordo per la comunicazione Iulm -Iswa

11:42 27 FEB 2015

(AGI) - Roma, 27 feb. - Fare del buon vino e' importante, ma bisogna anche saperlo comunicare. Questo e' stato il punto di partenza dell'incontro che si e' tenuto a Milano per la presentazione dell'accordo quadro di collaborazione tra l'Universita' IULM e la Italian Signature Wines Academy (ISWA), gruppo che riunisce cinque storiche aziende vinicole italiane, sparse in altrettante regioni: Allegrini (Veneto), Feudi di San Gregorio (Campania), Fontanafredda (Piemonte), Marchesi de' Frescobaldi (Toscana) e Planeta (Sicilia). Il protocollo di intesa, che prevede una stretta collaborazione tra IULM e ISWA per le attivita' di ricerca, formazione e stage, e' stato presentato in occasione di un seminario collegato al Master in Food and Wine Communication, organizzato dall'Universita' IULM e da Gambero Rosso. Questo accordo unisce due mondi - ha dichiarato il Rettore, Giovanni Puglisi- quello della formazione accademica e delle imprese e ha l'obiettivo di trasformare il sapere in saper fare. Una necessita' tutt'altro che banale in un settore che, a dispetto della crisi, avrebbe molto da offrire. Se la ricerca sul prodotto e' gia' fertile, infatti, non lo e' altrettanto quella sulla comunicazione del prodotto stesso, che per troppo tempo si e' affidata alle guide eno-turistiche o alle degustazioni: strumenti adatti soprattutto a un piu' ristretto pubblico di tecnici.

L'interesse dell'Universita' sposa dunque gli obiettivi delle aziende - ha osservato il presidente ISWA Marilisa Allegrini - promuovere la ricerca scientifica nel campo del wine marketing e formare una nuova generazione di professionisti specializzata in questo settore, per fare sistema e proporsi con piu' sicurezza e professionalita' sui mercati nazionali ed internazionali". (AGI) Red/Bru

http://www.agi.it/food/notizie/vino_accordo_per_la_comunicazione_iulm_iswa-201502271142-eco-rt10064