



Facoltà di Economia - Università di Roma "Tor Vergata"
Master in Economia e Gestione della Comunicazione e
dei Media
Via Columbia, 2 – 00133 Roma
Tel. 06/7259.5522
Relazioni con i Media:
Gaia Cavalluzzo - 349 8876166
gaia.cavalluzzo@gmail.com

COMUNICATO E INVITO STAMPA

Il Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media dell'Università di
Roma "Tor Vergata" organizza

Food, Wine & Co. – Food Brand. Quando il cibo diventa marca VIII Edizione 9-10-11 novembre 2019

Mercato Mediterraneo – Fiera di Roma, Via Portuense 1645 – 1647 – Roma
*in collaborazione con Mercato Mediterraneo – Fiera di Roma e AliceTV
e con il patrocinio di FERPI e ANSA*

Roma, 22 ottobre 2019 – È giunto all'ottava edizione "Food, Wine & Co.", il Seminario di Formazione, articolato in *6 Master Class e una Tavola Rotonda internazionale*, organizzato dal Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media dell'Università di Roma "Tor Vergata". Anche quest'anno "Food, Wine & Co." dedicherà tre intense giornate di formazione in cui il concetto di brand si unisce a quello del cibo, della birra e della gastronomia del *made in Italy*. Il 9-10-11 novembre 2019 la kermesse si terrà presso la Fiera di Roma, nell'ambito di Mercato Mediterraneo, Cibi, Culture, Mescolanze – Fiera dei prodotti agroalimentari del Mediterraneo, progetto dedicato al settore agroalimentare mediterraneo.

Il tema della VIII edizione di "Food, Wine & Co." è Food brand: quando il cibo diventa marca. Un'occasione per comprendere e analizzare, anche da un punto di vista manageriale, come creare e gestire esperienze uniche, durevoli e di successo in questo settore ancora così potenzialmente attrattivo del nostro Paese. L'offerta formativa si amplia e si arricchisce grazie alle tradizionali sessioni d'aula alle quali si alterneranno numerosi momenti dedicati a presentazioni, show cooking con lo chef Giulia Steffanina di *Alice Tv* e Alain Rosica, *Ristorante Belvedere dal 1933*, Frascati, e degustazioni di cibi e bevande appositamente selezionati e presentati da esperti e responsabili di aziende partner o sponsor dell'evento presenti con spazi dedicati.

Le 6 Master Class tratteranno temi relativi all'esperienza nell'ambito agroalimentare ed enogastronomico: le giornate di *sabato 9 e lunedì 11 novembre* saranno dedicate a *sessioni tematiche su prodotti, servizi, sapori, luoghi, tradizioni, eventi e nuove tendenze*.

La mattina di domenica 10 novembre invece sarà destinata alla Tavola Rotonda Internazionale su "Food Brand: l'Italia, il Mediterraneo, il Mondo", a cui parteciperanno ospiti nazionali e internazionali.

Il Seminario è organizzato dal Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media dell'Università di Roma "Tor Vergata" in collaborazione con Mercato Mediterraneo – Fiera di Roma, Alice Tv e con il patrocinio di Ferpi e ANSA. I partners dell'evento sono Ega Worldwide Congresses & Events, CIA – Agricoltori Italiani, Acqua Filette, Alce Nero, ALET – Associazione Laureati Economia Tor Vergata, Alfio Neri, Birra del Borgo, Casata Mergè, Data Stampa, Istituto Marchigiano di Tutela Vini e Archi's Comunicazione.

9 novembre – Introducono il Seminario:

Simonetta Pattuglia, Curatore Food Wine & Co. – Direttore Master in Economia e Gestione della Comunicazione e Dei Media, Università di Roma "Tor Vergata"; Paola Cambria, Giornalista e Sommelier, Direttore Comunicazione e Immagine CIA-Agricoltori Italiani; Claudia Golinelli, Vicepresidente e Partner Ega Worldwide & Congresses; Monica Paternesi, Capo Servizio Redazione Economica ANSA; Francesca Rocchi Barbaria, Coordinatore Culturale Mercato Mediterraneo. Cibi Culture, Mescolanze.

9 e 11 novembre – Intervengono alle Master class:

Silvia Aloe, PR& ExternalCommunication Manager, Birra Peroni, "Come sostenere e promuovere l'identità italiana all'interno di una dimensione internazionale"; Bruno Bertero, Direttore Marketing, PromoTurismo FVG, "Le strade del vino. L'esperienza del Friuli-Venezia Giulia"; Nicola Bertinelli, Presidente, Consorzio Parmigiano Reggiano, "La naturalità del Parmigiano Reggiano: come tratto distintivo di un prodotto italiano di punta"; Carla Bruschelli, Vicepresidente comitato Medicina e Informazione, Medico fitoterapista; Stefano Caccavari, Fondatore Mulinum Srl, "Il progetto Mulinum: partire dalla biodiversità per far rinascere la coltura del grano"; Maria Luisa Caringella, Funzionario, Puglia promozione, "Promozione Turistica e sviluppo del territorio in Puglia: risultati e prospettive"; Valerio Ciotola, Presidente; Thomas Marino, Comunicazione e Sviluppo strategico TheCircle, "L'impresa agricola sostenibile e la circular economy"; Andrea Cruciani, CEO Agricolus, "Le nuove tecnologie cloud e datadriven per il cibo sostenibile. Il caso Agricolus"; Daniele Deroma, Responsabile commerciale, Agri In "Qualità, sicurezza e rispetto per l'ambiente: il paradigma vincente del Pecorino Romano DOP"; Leonardo Di Vincenzo, Birra del Borgo, "Come dare valore a una bottiglia di birra: dal pub all'alta cucina in una dimensione multinazionale"; Iacopo Florio, Sake Sommelier, "L'esplosione della cultura alimentare giapponese in Italia e nel mondo", rappresentante Wine and Spirits, Gruppo LVMH; Mila Fumini, Coordinatrice, RAGU, "Una ricerca sull'archeologia del cibo attraverso la condivisione via web"; Claudia Golinelli, Partner e VicePresidente, Ega Worldwide Congresses and Events, "Matera-Italia andata e ritorno"; Graziana Grassini, Enologo consulente, Tenuta San Guido, "Il Sassicaia per il territorio toscano"; Barbara Guerra, La Guida della Pizza "50 Top Pizza" a cura di B. Guerra, A. Sapere, L. Pignataro "Specializzazione e professionalità: la chiave per comunicare correttamente nella gastronomia: il caso della Guida 50 Top Pizza"; Andrea Guizzi, Strategic Sales e Marketing, Wine Loves Food, "Quando le esperienze di marketing diventano uniche e condivise. Il caso di una nuova compagnia aerea"; Lamberto Mancini, Amministratore Delegato, GL Events Lingotto Fiere Torino, "Gli eventi fieristici dedicati al cibo"; Alberto Mazzoni, Direttore, Istituto Marchigiano di Tutela Vini, "Dai territori al brand. Il caso Marche"; Massimo Mearini, Founder, CEO Albicchiere, "Smart wine dispenser"; Giuseppe Pagoto, Sindaco di Favignana, "La promozione di un territorio attraverso la sua principale tradizione produttiva. Il caso del tonno favignanese";

Diego Pepini, *Founder CTO*; Luisa Piazza, *Managing Director, Visit Piemonte*, “*Il caso Piemonte*”; Giuliana Ragusa, *Institutional Relations Manager, Alce Nero*, “*Promuovere prodotti biologici: il caso Alce Nero*”; Matteo Rettagliati, *Bartender, Roma*, “*Il futuro della Mixology: less is more, alcool free e branded cocktails*”; Stefano Ricci, *Direttore Generale, Acqua Filette* “*Acqua Filette: come creare e gestire un mercato per un’acqua preziosa*”; Francesca Rocchi Barbaria, *Coordinatore culturale, Mercato Mediterraneo*, “*La cultura come motore del business agroalimentare*”; Sebastiano Sardo, *Direttore Marketing, FICO-Eataly*, “*Il ‘nuovo’ entertainment esperienziale. Il caso Fico-Eataly*”; Alessandro Siani, *Responsabile commerciale, Casata Mergè* “*Tornare ad investire sul territorio perché è dal territorio che si fa cultura enologica*”; Pina Terenzi, *Presidente, Donne in campo-Cia*, “*L’agricoltura del futuro parla al femminile*”; Fabio Ventoruzzo, *Direttore Reputation Institute, Milano* “*Quanto vale il brand made in Italy? Quando prodotti, servizi, imprese, territori passano per il brand paese*”.

10 novembre – Tavola Rotonda: Food Brand: l’Italia, il Mediterraneo, il Mondo.

Introduzione a cura di Simonetta Pattuglia, *Curatore Food, Wine & Co, Direttore, Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media – Università degli studi di Roma “Tor Vergata”*. Intervengono: Pietro Ciccotti, *Editore, Excellence Magazine*; Alexandra Devarenne, *Co-founder e CEO Extra Virgin Alliance*; Anna Flavia Pascarelli, *Dirigente Ufficio Agroalimentare e Vini ICE Agenzia*; Alfonso Pecoraro Scanio, *Presidente Fondazione Univerde*; Beniamino Quintieri, *Presidente, SACE*; Raoul Romoli Venturi, *Direttore Comunicazione e Pubbliche Relazioni Ferrero*; Giacomina Valenti, *External Relations Manager Al.Ma Media srl*; Viorel Vigna, *Responsabile commerciale del trasporto regionale Trenitalia*.

Domenica 10 novembre, nell’ambito della Tavola Rotonda Internazionale verrà inoltre presentata la Ricerca “*PMI italiane e Web Marketing: una ricerca sul settore oleario*” a cura di Simonetta Pattuglia, *Direttore, Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media – Università degli studi di Roma “Tor Vergata”*, e Mirko Scaramella, *Master in Economia e Gestione della Comunicazione dei Media, Università di Roma Tor Vergata & Food blogger, thedeliverdish.com*.

Lo scopo della ricerca, *iniziativa di GENERAZIONE OLIO* (attività che nell’ambito di Food, Wine & Co è dedicata al settore dell’olio extra vergine di oliva) realizzata in collaborazione con Slow Food Italia, è quello di analizzare quanto le piccole e medie imprese italiane, in particolar modo del settore oleario, siano consapevoli e utilizzino la comunicazione digitale e i suoi principali strumenti di promozione oggi a disposizione per presentare e posizionare appropriatamente le aziende sul proprio mercato.

Alla ricerca, effettuata tramite la somministrazione di un questionario online hanno risposto circa 230 aziende afferenti a Slow Food Italia. Il 10 novembre si darà diffusione di tali risultati interessanti per conoscere lo stato dell’arte della digitalizzazione nelle pmi italiane del settore oleario.

Informazioni e iscrizioni: Daria Pignedoli, pignedoli@economia.uniroma2.it

Per la stampa: Gaia Cavalluzzo, gaia.cavalluzzo@gmail.com cell. 3498876166

Il concept di Food Wine & Co. è ideato da Simonetta Pattuglia, Responsabile Scientifico e Organizzativo di Food, Wine & Co., Direttore del Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media dell’Università degli studi di Roma “Tor Vergata”, Docente di Marketing all’Università degli studi di Roma “Tor Vergata”, con Paola Cambria, Comunicatrice, Giornalista, Sommelier e Responsabile Comunicazione e Immagine CIA – Agricoltori Italiani.