



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.

"Quest'anno il focus di Food, Wine & Co. è la marca – afferma il curatore Simonetta Pattuglia –. E' infatti sempre più interessante approfondire quali siano gli strumenti del marketing e della comunicazione adatti a far uscire il cibo dalla mera funzione materiale di prodotto commodity e farlo diventare un brand denso di valori e portatore anche di una visione come di uno stile di vita. Il cibo – prosegue il curatore – abbandona la funzione puramente fisiologica per entrare in una dimensione esperienziale. È una tendenza che oggi troviamo, per esempio, nel consumo del vino e delle birre sia industriali sia artigianali, nel consumo biologico e collegato al benessere, ma anche nei nuovi layout dei luoghi dove si mangia e dove si beve, sempre più spazi multifunzionali e collegati a forme di intrattenimento diverse dal consumo alimentare. Dunque quello del cibo – conclude Pattuglia - non è più visto come un settore industriale verticale ma un settore in grado di integrarsi con altri, come quello mediatico, che anche dal punto di vista industriale sono più forti sul mercato e sono quindi in grado di trainare il settore agroalimentare verso un futuro ancor più promettente".

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, alcohol 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 inItaly? 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.

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.

Per partecipare, contattare Daria Pignedoli: pignedoli@economia.uniroma2.it tel. 0672595522
Per la stampa: Gaia Cavalluzzo, gaia.cavalluzzo@gmail.com cell. 3498876166

Come arrivare a Food Wine & Co / Fiera di Roma

SERVIZIO FIERA ROMA SIT BUS SHUTTLE

Realizzato in collaborazione con SIT Bus Shuttle, questo servizio pubblico di linea collega per la prima volta il centro della Capitale (PIAZZA INDIPENDENZA) e l'aeroporto di Fiumicino al polo fieristico.

La tratta Roma-Fiera-Roma parte da piazza Indipendenza (stazione Termini) e dagli ingressi Est e Nord della Fiera. La tratta Aeroporto Fiumicino-Fiera-Aeroporto Fiumicino parte dal T3 dell'aeroporto (stallo 11) e dagli ingressi Est e Nord della Fiera. Al link <https://www.sitbusshuttle.com/fiera-di-roma/> è possibile consultare gli orari.

ARRIVARE IN AUTOBUS

Linea Atac – linee 808, 089, 701 e 701L per Fiera Roma

Linea Cotral – Fermate F11043, F11044, 4596

ARRIVARE IN TRENO

Dalle Stazioni Tuscolana, Tiburtina, Ostiense collegate alle linee A e B della Metropolitana prendere il Treno FL 1 direzione Fiumicino e scendere alla Fermata Fiera Roma. Tariffa 1,50 euro. Tempo stimato dalla Stazione Termini: 18 minuti.

ARRIVARE IN AUTO

Dal GRA (Grande Raccordo Anulare) uscita 30 in direzione Fiumicino e poi seguire le indicazioni segnaletiche per Fiera Roma. 5000 posti auto.

ARRIVARE IN AEREO

Dall'aeroporto di Roma Fiumicino i collegamenti sono garantiti con Fiera Roma dal treno FL 1 fermata Fiera di Roma (Tariffa 8 euro), dal taxi e dagli autobus Cotral.

ARRIVARE IN TAXI

L'indirizzo per l'INGRESSO EST è Via A.G. Eiffel (traversa Via Portuense), per l'INGRESSO NORD è Via Portuense 1645-1647.

Tempo stimato dal centro città (Piazza Venezia): 40 minuti

Tempo stimato dall'Aeroporto di Fiumicino: 10 minuti

PARCHEGGI

L'ampio spazio esterno alla fiera è caratterizzato da un ampio parcheggio che può ospitare oltre 5000 posti auto.