

## COMUNICATO STAMPA

# Marketing dei territori e delle esperienze, il nuovo approccio all'enogastronomia



Roma, 25 novembre 2016 - L'enogastronomia è un'industria sempre più legata al turismo, con un approccio esperienziale che porta i consumatori a vivere il cibo ed il luogo in cui viene prodotto, ancora prima di degustarlo.

Se n'è parlato nel corso di **Food Wine & Co.**, il seminario di formazione dedicato all'approfondimento dell'industria del Food&Wine, organizzato dal **Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media dell'Università di Roma "Tor Vergata"** presso gli Studios di Cinecittà, in partnership con **Viaggi del Gusto, Cinecittà Studios** e con il patrocinio **FERPI - Federazione Relazioni Pubbliche Italiana**.

La due giorni, ideata da **Simonetta Pattuglia** e **Paola Cambria**, ha analizzato da molteplici punti di vista il Food&Wine, settore di eccellenza per cui l'Italia è conosciuta in tutto il mondo, strategico per l'economia del Paese.

"Si tratta di un'industria composta da oltre 80 mila imprese, con un peso sull'economia del paese di oltre il 13%. Mercato che dimostra un crescente potenziale di sviluppo, se accompagnato da attente strategie comunicative e di marketing" – ha spiegato in apertura dei lavori **Simonetta Pattuglia**, Professore Aggregato di Marketing, Comunicazione e Media, Direttore del Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media – Dip. Management e Diritto, Università di Roma Tor Vergata.

Dello stesso avviso anche **Lamberto Mancini**, Direttore Generale Touring Club Italia, per cui "il turismo enogastronomico si presta ad essere sviluppato nel nostro Paese e rappresenta un driver di primaria importanza per lo sviluppo strategico dei prossimi anni".

Sugli eventi si settore e l'importanza di fare rete tra tutti gli attori coinvolti per creare un vero evento culturale insieme al cibo si è soffermata **Francesca Rocchi Barbaria**, *Vice-Presidente, Slow Food Italia – Salone del Gusto di Torino*, raccontando l'esperienza del Salone del Gusto diffuso in città.

Un approfondimento sul brand Italia e sull'organizzazione dei grandi eventi istituzionali e non, è quello portato da **Claudia Golinelli**, *Vice-Presidente, Ega Worldwide congresses&events*.

Con **Paola Cambria**, Giornalista e sommelier, Direttore Comunicazione e Immagine CIA-Agricoltori Italiani, ci si è soffermati sulla struttura della buona filiera anche se “non sempre il km0 è sinonimo di qualità”.

Si è parlato delle nuove tendenze di approccio al cibo, che raccontano un'industria che riceve sempre più attenzione da parte dei consumatori, utenti digitali che desiderano vivere il prodotto e l'azienda. Del ruolo dei comunicatori e del marketing di prodotto, analizzando eccellenti casi marketing dell'industria vitivinicola, *case history* di prodotti territoriali e di grandi marchi.

Da **UFFICIO STAMPA**

e-mail: [valentina.guerrera@outlook.com](mailto:valentina.guerrera@outlook.com)

Macroarea di Economia - Università di Roma “Tor Vergata”

Via Columbia, 2 – 00133 Roma