



LAUREA MAGISTRALE IN GESTIONE DEL TURISMO CULTURALE E DEGLI EVENTI

Laboratorio di Walter Filiputti (a copertura di 2 CFU di “Altre conoscenze utili per l’inserimento nel mondo del lavoro”).

TITOLO DEL LABORATORIO: Cultura del vino, imprenditorialità e turismo

Totale 24 ore

Premessa.

Pochi sono i **comparti produttivi** che hanno saputo aprirsi e collegarsi alla cultura come ha fatto il vino. A differenza della moda, che ne ha colto l’importanza per la comunicazione e l’immagine, il vino ha integrato la cultura nel lavoro quotidiano, facendone un tutt’uno.

L’uomo simbolo della “Storia moderna del vino italiano” non a caso fu un filosofo, poi diventato giornalista e scrittore enogastronomico: Luigi Veronelli.

Nel 1970 il consumo di vino pro capite era di 114,6 litri, mentre oggi siamo sotto i 40. Il vino non era certo figlio della cultura, ma della povertà. Era alimento che veniva usato spesso in maniera smodata.

Si doveva dare una svolta epocale e lo strumento usato – facendone un insieme inscindibile con le migliori tecniche e di marketing – è stata la cultura, tanto da essere definita “Il Rinascimento del vino italiano”.

Nella sua crescita il mondo del vino ha saputo produrre una quantità elevatissima di idee, innovazioni, cambiamenti, oltre che alimentare associazioni, raggruppamenti, consorzi, organizzazioni (oltre alla filiera per la produzione di macchine enologiche, divenuta la prima al mondo). Intrecciando tra loro visioni e pragmatismo, ha prodotto nuove forme di linguaggio, marketing, stile del prodotto, immagine. (cfr V. Filiputti, *Storia moderna del vino italiano*).

In questo percorso il vino ha dialogato, in via privilegiata, con la cucina. Procedendo assieme, hanno aumentato, in maniera esponenziale, la loro forza di penetrazione sui mercati non solo del business aziendale, ma anche per il comparto turistico, tanto da diventarne uno dei pilastri.

La prima lezione ci porta dentro lo spirito del corso, durante il quale verranno esposti i collegamenti tra cultura, vino e cibo visti anche nell’ottica imprenditoriale: cultura + turismo = business.

I futuri manager del turismo dovranno saper “mettere all’incasso” l’enorme patrimonio della cultura che possediamo. Un patrimonio al quale, in percentuale, dedichiamo investimenti irrisori. Se si ragionasse in termini d’impresa, si potrebbe immaginare la cifra che ne uscirebbe da impiegare.



I. Lezione. 7 novembre 2017 ore 10-12 aula 15

- Il vino moderno italiano parte dalla cultura (vini autoctoni).
- Storia moderna del vino italiano

II. Lezione. 8 novembre 2017 ore 10-12 aula 15

- Le forme del bicchiere per una corretta percezione dei profumi e dei gusti. Degustazione di 4 vini in 5 bicchieri diversi. Non si beve, ma si sputa. Linguaggio e comunicazione del vino (accenno).

III. Lezione 21 novembre 2017 ore 10-12 aula 15

- Le Doc: da strumento legislativo a messaggio turistico culturale. Il concetto di territorio.
- Il firmamento del vino italiano: associazioni, Comuni del vino, Donne del vino, Movimento turismo del vino.
- L'Associazione italiana sommelier: sua importanza nell'educazione enologica e culturale del consumatore. Ho anticipato quello che diventerà turismo esperienziale. (Wine lovers).

IV. Lezione 22 novembre 2017 ore 10-12 aula 15

- La cucina e il vino italiano nel mondo: binomio vincente in chiave di comunicazione del turismo. Padiglione Italia di Davide Rampello a Shanghai.
- La cucina e i prodotti dell'agroalimentare: messaggio turistico di grande valenza. Il turismo esperienziale: dalle malghe alla laguna di Marano e Grado.

V. Lezione. 28 novembre 2017 ore 10-12 aula 15

- La visione di Friuli Venezia Giulia Via dei Sapori: un caso di successo.
- Eventi enogastronomici: non solo marketing del prodotto, ma anche turistico.
- La necessità di fare gruppo per le nostre PMI sorretta da una visione di lungo periodo.

VI. Lezione. 29 novembre 2017 ore 10-12 aula 15

- La sostenibilità: messaggio capace di intercettare un nuovo turismo. Vale sia per la cucina sia per vigneti e vini, oltre che per l'agroalimentare (il bio), le farine per il pane e la pizza.
- Il turismo naturalistico, che spesso si collega alla ristorazione e al territorio circostante. Piste ciclabili. Bicigrill, servizi, assistenza.

VII. Lezione al ristorante La Subida. (data da stabilire)

Esempio di integrazione di offerte.

- A pranzo con lo chef.



- Il ristorante, vero crocevia turistico, nonché prezioso info point e capace, da solo, di creare l'immagine di un borgo, una zona, di una nazione.
- I casi di ristoranti in FVG, Alto Adige, di Georges Blanc in Francia, Noma a Copenaghen, ora diventata anche città della cucina, Bordeaux con la Città del vino o del ristorante Faviken a Jarpen, in Svezia.

VIII. Lezione presso la distilleria Nonino a Persereano. (data da stabilire)

- Il Caso Nonino. La grappa che crea cultura e territorio.

IX. Lezione presso il Molino Zoratto del 1450 a Codroipo. (data da stabilire)

- Siamo nel Parco delle risorgive di Codroipo. Come ridare nobiltà ad un mestiere dato per scomparso e il suo richiamo turistico-ambientale.

X. Lezione presso il prosciuttificio Dok Dall'Ava a San Daniele. (data da stabilire)

- Brand di territorio dove prodotto – la fetta di prosciutto - e turismo si rafforzano a vicenda.
- Aria di Festa, Friuli Doc, Gusti di Frontiera.
- Conclusione a tavola con degustazione verticale – modello vino – di 4 stagionature di prosciutti: 18, 26, 36 e 48 mesi.

XI. Lezione nelle cantine Jermann (Ruttars) e Castello di Spessa (Capriva).

- **Castello di Spessa.** Campo di golf tra le vigne; cantina storica; ristoranti e ospitalità. (2 ore)
- **Jermann.** L'alta qualità combinata alla sostenibilità. Prodotti bio negli ettari non adatti alla vigna. La rosa di Gorizia, radicchio chic. Probabile colazione rustica in cantina (2 ore). Al mattino

Note finali.

1. Il pranzo al ristorante La Subida sarà carico degli studenti al prezzo concordato di euro 25, 00, circa
2. I libri di testo verranno forniti a prezzi scontati
 - *La via dei Sapori* 17 €
 - *La Storia moderna del vino*, 25 €