

**POLI.DESIGN**  
FOUNDED BY POLITECNICO DI MILANO

Formazione

POLI.design Srl  
via Don Giovanni Verità, 25,  
20158 – Milano, IT

T. +39 02 2399 5864  
F. +39 02 2399 5970  
www.polidesign.net

CORSO DI ALTA FORMAZIONE

# PROGETTARE IL FUTURO DEL VINO

## Soluzioni per scenari che cambiano

I EDIZIONE • GIUGNO 2023

## CORSO

---

Il Design Thinking fonde approcci e nozioni provenienti da settori diversi al fine di trovare soluzioni nuove, per risolvere problemi concreti che il mondo del vino si trova ad affrontare.

L'elemento distintivo del Corso è l'approccio alle fasi di visione, analisi e progettazione, con l'obiettivo di trasformare idee in progetti fattivi, individuando in modo rapido punti di forza e debolezza delle soluzioni ipotizzate. Mai come oggi questo metodo può aiutare un settore come quello enologico e enoturistico, strategici per l'Italia, a crescere superando le crisi. Il Corso adatterà il metodo "learning by doing" per aiutare gli imprenditori e gli operatori del settore del vino a acquisire un nuovo approccio mentale per vincere le sfide future.

Accanto alle lezioni, saranno realizzati dei brevi workshop nei quali saranno progettate soluzioni per case history.

## OBIETTIVI FORMATIVI

---

Il Corso, che adatterà un approccio multidisciplinare, si pone l'obiettivo di portare nel mondo del vino, tendenzialmente legato a logiche tradizionali, un nuovo approccio mentale e un nuovo metodo di lavoro, il Design Thinking. Questo sarà applicato a tutti gli aspetti del settore, dando nuovi strumenti per migliorare il posizionamento del prodotto attraverso comunicazione, retail, ingaggio, pricing, valorizzazione culturale-percettiva.

## PIANO DIDATTICO

---

### 1. Progettare soluzioni

Pandemia, rivoluzione energetica, conflitti internazionali e consapevolezza di dover fare i conti con risorse limitate impongono oggi al settore un cambiamento. Questo passa per l'evoluzione del pensiero e della mentalità, lo sviluppo della resilienza, l'empatia.

### 2. Capire, coinvolgere e fidelizzare i clienti e intercettarne di nuovi

Il cliente non è più un "target" ma una persona che ha esigenze sempre più diversificate. Non basta produrre un buon vino per soddisfare i suoi bisogni, materiali e immateriali. Il Design Thinking consente l'applicazione di un metodo di lavoro nato per rispondere a esigenze concrete di un pubblico concreto, trovando una soluzione che unisca funzionalità, innovazione ed estetica. Questo approccio sarà portato per la prima volta nel mondo del vino.

### 3. La Brand Strategy e la comunicazione

Definire chi si è, a chi rivolgersi e qual è la propria missione consente di passare dall'ottica di prodotto a quella di pubblico e garantire così visione ampia e capacità di vedere "oltre". Nel mondo del vino l'identità non può prescindere dal "genius loci": il prodotto è espressione della vite e della terra, della capacità dell'uomo e della cultura che ha creato questa conoscenza. Averne consapevolezza è fondamentale così come è importante e saperla tradurre visivamente per rendere coerente il proprio messaggio.

**30**  
**studenti**

**60**  
**ore**

**12**  
**giorni**

**€2.800**  
**costo**

#### **4. Evoluzioni sostenibili. Riuso, economia circolare, sinergie creative**

L'azienda non è più solo un soggetto che genera profitto ma anche un player che deve portare beneficio ambientale, economico e sociale. Oggi, infatti, non esiste innovazione che non sia sostenibile e la nuova sfida per il mondo del vino sarà essere rigenerativi per l'ambiente, superando il concetto di rifiuto e introducendo, dove possibile, quello di riuso. La visione d'insieme del Design Thinking può guidare una progettazione socialmente ed ecologicamente consapevole, supportando la transizione dei comportamenti umani verso nuovi sistemi di servizio-prodotto che proteggono l'ambiente. Partendo da questo presupposto il modulo proporrà un nuovo approccio produttivo dell'impresa. Al centro i concetti di Genius Loci, innovazione del Brand a beneficio sociale, ambientale e dell'impresa.

#### **5. L'approccio del design per conoscere e interpretare i mercati per progettarne le strategie**

Sapere leggere i dati di mercato e interpretarli in modo scientifico per individuare soluzioni nuove, consente di muoversi in modo più efficace. Un principio valido per tutti i e, in particolare, per paesi complessi come la Cina e gli Stati Uniti. Questi sono due piazze molto diverse ma fondamentali per la commercializzazione del vino italiano. La Cina si conosce ancora poco e spesso la percezione è quella di una nebulosa dove un vero e proprio continente viene appiattito su pochi stereotipi, nonostante le grandi potenzialità di crescita. Gli Stati Uniti sono invece un mercato maturo e complesso, dove l'offerta enologica mondiale e nazionale è presente in modo sempre più pressante e dove burocrazia e regole diverse per

ogni stato spesso disorientano i produttori. Questi generalmente si rivolgono ai luoghi più importanti ma perdono spesso l'opportunità di raggiungere mercati di nicchia che potrebbero essere più gratificanti. Grazie alla presenza di due importatori di primo piano, il modulo fornirà strumenti concreti per migliorare presenza e posizionamento.

### **MODULI DIDATTICI**

—

#### **1. Progettare soluzioni**

- 1.1 Nuovi scenari: le sfide future in un mercato che cambia
- 1.2 Il Design Thinking
- 1.3 Le soft skills per vincere l'incertezza: l'intelligenza emotiva e la congruenza

#### **2. Capire, coinvolgere e fidelizzare i clienti e intercettarne di nuovi**

- 2.1 Capire e individuare le esigenze dei clienti in un mercato che cambia
- 2.2 Il design delle emozioni come leva di relazione, promozione e vendita
- 2.3 La multicanalità tra distribuzione tradizionale e esperienze fisico digitali
- 2.4 L'evento come strumento di relazione e vendita – La gamification e l'evento fisico e digitale
- 2.5 L'enoturismo: l'accoglienza oltre la visita

#### **3. La Brand Strategy e la comunicazione**

- 3.1 Definire e raccontare la propria identità
- 3.2 Cercare i propri Genius Loci
- 3.3 La costruzione della strategia
- 3.4 Connessioni e ibridazioni per la crescita del brand
- 3.5 Brand e identità visiva. Cosa chiedere ai

### **FACULTY**

**Direttore Scientifico** Luca Fois

**Direttore Tecnico** Silvia Baratta

professionisti dell'immagine?

#### **4. Evoluzioni sostenibili. Riuso, economia circolare, sinergie creative**

- 4.1 Un nuovo concetto di sostenibilità
- 4.2 Apprendere da modelli di business tradizionali, innovativi e futuri per progettare
- 4.3 Nuove formule di sostenibilità sociale
- 4.4 La sostenibilità finanziaria

#### **5. L'approccio del design per conoscere e interpretare i mercati per progettare le strategie**

- 5.1 Inquadramento del mercato internazionale
- 5.2 La Cina. Capire il mercato cinese: diversità, cultura, gusti., leggi e vincoli
- 5.3 Esportare negli Stati Uniti: gusti, leggi, vincoli ed evoluzioni
- 5.4 La logistica verso i mercati esteri: burocrazia e autorizzazioni

#### **TITOLO RILASCIATO**

Al termine del Corso Base verrà rilasciato un Attestato di Frequenza e Open Badge al Corso di Alta Formazione in Progettare il futuro del vino – Soluzioni per scenari che cambiano.

#### **SBOCCHI OCCUPAZIONALI**

L'utente acquisirà un nuovo metodo di analisi e progettazione ancora poco conosciuto nel settore del vino. Grazie a docenti con profili diversi, alcuni accademici e altri liberi professionisti, si affronteranno le tematiche conosciute da una prospettiva originale. Infine il corso sarà un'interessante occasione di

networking grazie a workshop e incontri.

#### **REQUISITI**

Il Corso di Alta Formazione in Progettare il futuro del vino – Soluzioni per scenari che cambiano si rivolge a candidati in possesso di diploma medio superiore o titolo di laurea. Nel caso specifico a imprenditori vitivinicoli, manager di aziende del settore (export manager, direttori generali, direttori commerciali), studenti neo laureati e professionisti che desiderano lavorare nel mondo del vino.

L'ammissione al corso è subordinata ad un colloquio informativo telefonico con la Direzione del Corso al fine di valutare le competenze in ingresso rispetto alle competenze in uscita.

#### **SCADENZE**

La domanda di ammissione al corso dovrà essere presentata entro la seguente scadenza:

- Cittadini italiani/stranieri con titolo di studio conseguito in Italia entro il giorno 09 maggio 2023, salvo esaurimento disponibilità.

#### **COSTO**

Il costo è di 2.800 + IVA (22%).

Agevolazioni previste:

- Sconto per gli associati ad enti patrocinatori -15%
- Sconto per le aziende clienti di Gheusis -15%

## PATROCINI

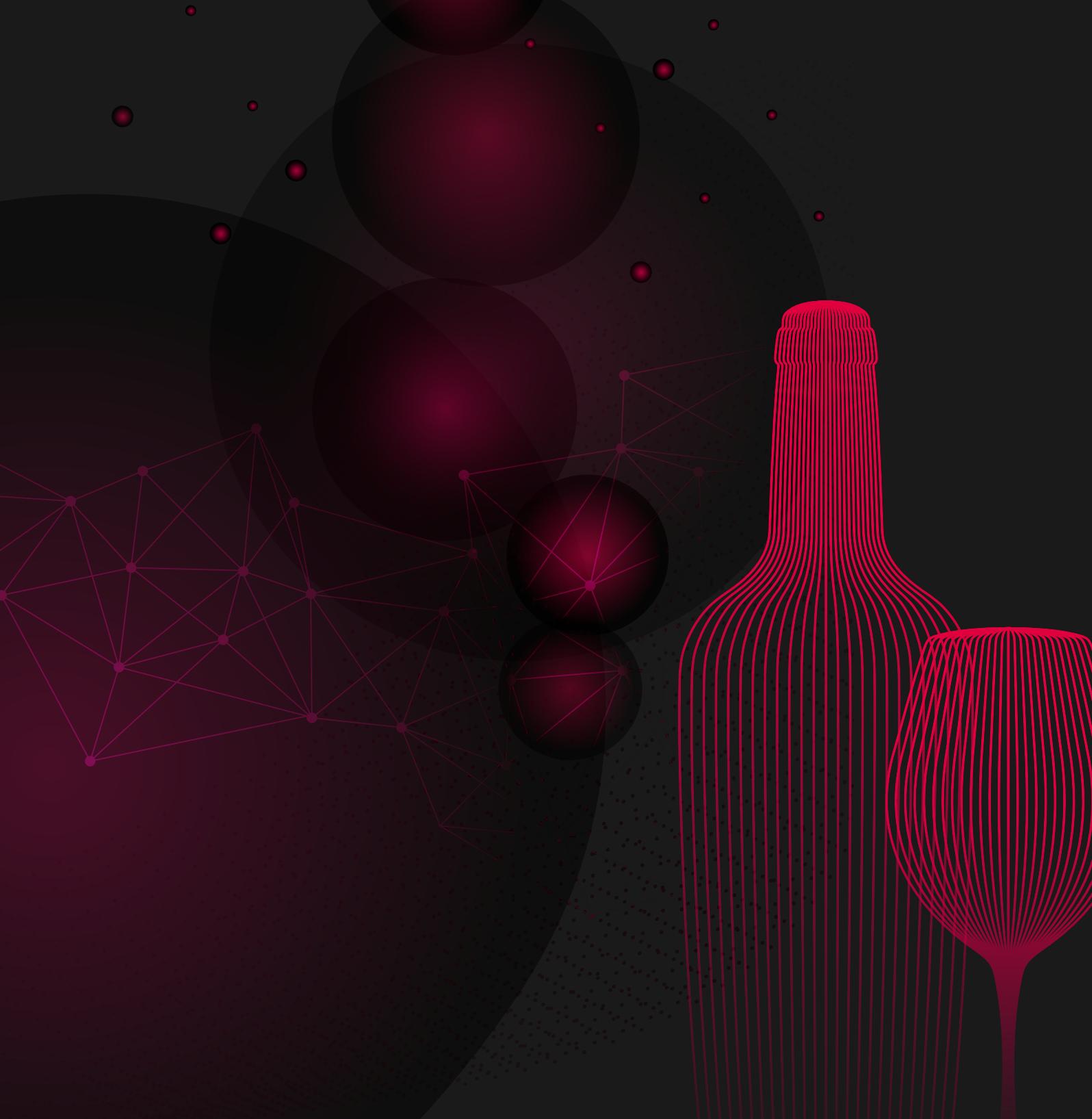
---



## MEDIA PARTNER

---





## CONTATTI

—

### **POLI.design**

Politecnico di Milano / Campus Bovisa

Via Don Giovanni Verità, 25

20158 — Milano T. 02 2399 7206

e-mail: [hello@polidesign.net](mailto:hello@polidesign.net)