



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PALERMO

DIPARTIMENTO	Scienze Agrarie, Alimentari e Forestali		
ANNO ACCADEMICO OFFERTA	2023/2024		
ANNO ACCADEMICO EROGAZIONE	2025/2026		
CORSO DILAUREA	VITICOLTURA ED ENOLOGIA		
INSEGNAMENTO	ETICHETTATURA E CERTIFICAZIONE DI QUALITÀ		
TIPO DI ATTIVITA'	D		
AMBITO	10517-A scelta dello studente		
CODICE INSEGNAMENTO	22442		
SETTORI SCIENTIFICO-DISCIPLINARI	AGR/01		
DOCENTE RESPONSABILE	ALTAMORE LUCA	Professore Associato	Univ. di PALERMO
ALTRI DOCENTI			
CFU	3		
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLO STUDIO PERSONALE	45		
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLA DIDATTICA ASSISTITA	30		
PROPEDEUTICITA'			
MUTUAZIONI			
ANNO DI CORSO	3		
PERIODO DELLE LEZIONI	1° semestre		
MODALITA' DI FREQUENZA	Facoltativa		
TIPO DI VALUTAZIONE	Voto in trentesimi		
ORARIO DI RICEVIMENTO DEGLI STUDENTI	ALTAMORE LUCA Lunedì 10:00 12:00 Studio del docente sede del corso di laurea in Viticoltura ed Enologia Martedì 15:00 17:00 Studio del docente Ed. 4 Ing. A Piano primo studio 121. L'orario di ricevimento può comunque anche essere concordato con il docente ed avvenire da remoto su piattaforma teams.		

DOCENTE: Prof. LUCA ALTAMORE

PREREQUISITI	Conoscenza del mercato dei prodotti vitivinicoli e del suo funzionamento; conoscenza del marketing vitivinicolo.
RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI	Conoscenza e capacita' di comprensione Il corso permette allo studente di conoscere le norme generali, le principali leggi e regolamenti comunitari che regolano l'etichettatura dei prodotti vitivinicoli e quali finalità esse abbiano e perché sia importante rispettarle. L'etichettatura dei prodotti vitivinicoli serve al produttore per presentare i propri prodotti al consumatore, evidenziando anche il legame del vino con il territorio, e spingerlo all'acquisto. Risulta dunque fondamentale scegliere bene le modalità di grafica e stampa delle etichette. Attraverso esse inoltre è possibile comunicare le eventuali certificazioni di qualità che l'imprenditore adotta in azienda. Alla conclusione del corso lo studente sarà in grado di poter gestire, anche con l'esperienza che acquisirà, in modo autonomo la scelta della migliore etichetta per i diversi prodotti vitivinicoli. Capacita' di applicare conoscenza e comprensione Lo studente alla fine del corso sarà in grado di poter progettare, nel rispetto delle normative, una etichetta con la quale comunicare al consumatore le peculiarità del prodotto. Autonomia di giudizio La conoscenza delle regole e delle norme che regolano il settore della etichettatura e delle certificazioni del settore vitivinicolo permetteranno autonomamente allo studente di comunicare attraverso una etichetta il vino. Abilità comunicative Lo studente sarà in grado di capire le esigenze del mercato per comunicare efficacemente attraverso l'etichetta le peculiarità del prodotto Capacita' d'apprendimento Lo studio e l'aggiornamento in modo autonomo sulla evoluzione del settore sono alla base per avere la capacita' di comprendere il mercato e l'evolversi delle esigenze del consumatore
VALUTAZIONE DELL'APPRENDIMENTO	L'apprendimento viene valutato attraverso esame orale. Vengono poste allo studente domande inerenti gli argomenti in programma e sviluppati durante il corso. Lo studente deve dimostrare conoscenza e competenza dei contenuti generali e specifici, l'esposizione deve essere chiara e corretta. La valutazione della prova viene espressa in trentesimi e sarà ritenuta insufficiente per il superamento dell'esame nel caso in cui lo studente non risponda ad almeno due degli argomenti richiesti. Maggiore sarà la conoscenza più elevata e la valutazione passando dal minimo, voto 18, se le conoscenze riguardano almeno la metà degli argomenti richiesti e con sufficiente capacità di analisi ad un massimo di trenta e lode se lo studente risponde con precisione alle domande mostrando elevata capacità di analisi e abilità nei collegamenti tra gli argomenti ed uso di appropriata terminologia.
OBIETTIVI FORMATIVI	Il corso fornisce gli elementi principali che regolano l'etichettatura dei vini e su come comunicare attraverso essa anche le certificazioni aziendali e il legame del prodotto con il territorio. All'interno di un mercato sempre più concorrenziale la scelta della giusta etichetta è alla base per la valorizzazione sia del prodotto che del brand aziendale.
ORGANIZZAZIONE DELLA DIDATTICA	Lezioni, esercitazioni, visite aziendali ed incontri con imprenditori
TESTI CONSIGLIATI	Leggi nazionali e Regolamenti Comunitari. Il marketing del vino Autore: Mario Gregori (a cura) Edizione: EdISES, 2017, Napoli Appunti delle lezioni.

PROGRAMMA

ORE	Lezioni
1	Introduzione al corso, obiettivi, finalità, materiale, risultati attesi.
5	Leggi nazionali e regolamenti comunitari che regolano il settore
3	Richiami al marketing mix ed introduzione al prodotto vino
2	Il packaging nel settore vitivinicolo
8	Certificazioni ed indicazioni geografiche
2	Elementi per costruire una etichetta
ORE	Esercitazioni
4	Seminario o visita aziendale
5	Esercitazione individuale o di gruppo