



# FOOD & WINE MANAGEMENT

UNA SPECIALIZZAZIONE DISTINTIVA  
IN UNA DELLE AREE DI ECCELLENZA  
DEL MADE IN ITALY

**29 Marzo 2021**  
**Acireale (Catania)**

**MASTER FULL TIME**  
5 mesi di aula full time  
e 6 di stage

01

## AUTOREVOLEZZA

IL BRAND LEADER NEL SETTORE  
DELLA BUSINESS EDUCATION

Presente da oltre 26 anni, 24ORE Business School è un'eccellenza unica grazie alla solidità della sua **storia** e all'**innovazione** della sua offerta formativa.

02

## PERSONALIZZAZIONE

UN'OFFERTA AMPIA,  
INNOVATIVA, MODULARE E  
DINAMICA

**12 Aree Tematiche** verticali e  
8 linee di prodotto ad elevata  
flessibilità:

- IN AULA
- ONLINE
- BLENDED

03

## APPROCCIO

UNA FORMAZIONE NATIVA  
PER IL BUSINESS

Un'offerta formativa strutturalmente costruita per portare valore nei **momenti chiave** della carriera, dall'inserimento nel mondo del lavoro alla crescita professionale, con docenti italiani e internazionali di estrazione aziendale:

- PROFESSIONISTI
- IMPRENDITORI
- TOP MANAGER D'AZIENDA
- CONSULENTI

04

## ENGAGEMENT

UN INVESTIMENTO  
A LUNGO TERMINE

**Executive Master & EMBA**  
per un percorso formativo  
ricco e personalizzato.  
Una comunità di studenti  
per coltivare il valore del  
networking.

05

## PLACEMENT

OLTRE 900  
AZIENDE PARTNER

**Opportunità professionali**  
e di stage, project work,  
testimonianze aziendali  
e borse di studio per una  
prossimità unica con  
il mondo delle Imprese.



**95%**

**nostri studenti  
confermati  
nel mondo del lavoro**

**MORE ACHIEVEMENTS**

**+26** ANNI DI  
ESPERIENZA

**5500** STUDENTI  
L'ANNO

TRA  
**340** *FULL TIME  
PART TIME  
E ONLINE*

SEDI  
**3** *MILANO  
ROMA  
CATANIA*

**1500** DOCENTI



# PARTNER



**Barilla**  
The Italian Food Company. Since 1877.



**BRISCOLA**  
PIZZA SOCIETY

**CANTINA URBANA**  
MILANO  
WINE COLLECTIVE



**Coca-Cola**



**DONNA FUGATA**  
www.donnafugata.it  
info@donnafugata.it



**elior**



**FRATELLI Carli**  
— DAL 1911 —



**IGINIO MASSARI**  
ALTA PASTICCERIA



**Pernod Ricard Italia**



**VINHOOD**

# CARATTERISTICHE DEL MASTER

## ELEMENTI DISTINTIVI

- Offre una **specializzazione distintiva** in una delle aree di eccellenza del **Made in Italy**, oggi in fase di forte trasformazione a causa dell'emergenza sanitaria
- **Focus** sui **nuovi Trend** del settore: **Food Delivery, Ghost Restaurant e Dark Kitchen, Etica e Food Sustainability**
- **Approfondimento** sui temi di maggiore attualità: **l'impatto della pandemia Covid-19 nella ristorazione** e le nuove strategie e **opportunità di Business** per il rilancio del settore
- **Project Work** con primarie aziende del settore. Alcuni Brand con cui sono stati realizzati i progetti: **Coca Cola, Granarolo, Pastificio Felicetti, Caffè Vergnano**
- Tra le aziende **Partner per Stage**, docenze e testimonianze: **Barilla, Nespresso, Eataly, Coca Cola, Fico, Cova, Fratelli Carli, Igor Gorgonzola, Granarolo, Findus, Franciacorta, Gruppo Fini, Alce Nero, Fabbri, Antinori, Feudi di San Gregorio**
- **150 diplomati** inseriti nelle aziende agroalimentari e di eccellenza del Food e del Wine Made in Italy
- **Business English** con certificazione EF

## OBIETTIVI

Il Master fornisce ai giovani gli strumenti e le competenze tecniche e manageriali per **inserirsi e crescere professionalmente nel settore Food & Wine**, trasformando la passione per il settore enogastronomico nella propria professione.

## OPPORTUNITÀ PROFESSIONALI

Al termine del percorso formativo d'aula le aree prevalenti di inserimento e gli sbocchi professionali saranno:

- **Aziende di produzione e trasformazione** di prodotti alimentari e vitivinicoli
- Aziende della **grande distribuzione**
- **Operatori dell' HORECA**
- **Società di consulenza**
- **Agenzie di comunicazione ed eventi**
- Realtà affermate nel **settore ristorativo**

## DESTINATARI

Il Master si rivolge a **giovani laureandi e neolaureati in tutte le aree disciplinari.**

## DOCENTI

La docenza è affidata a **professionisti, manager, imprenditori e consulenti del settore Food & Wine.**

## DURATA E STRUTTURA

Il Master ha una durata complessiva di **11 mesi, 5 di formazione in aula e 6 di Stage**, con inizio il **29 Marzo 2021.**

Il Master è frequentabile anche interamente in modalità Live Streaming, con interazione real time con i docenti.

Per garantire a tutti gli iscritti che abbiano optato per la fruizione in presenza l'opportunità di partecipare al Master nel pieno rispetto del distanziamento sociale, potrebbe essere necessario dividere i partecipanti in gruppi, che si alterneranno nella fruizione della lezione in presenza oppure in Live Streaming.



## METODOLOGIA DIDATTICA, AULA VIRTUALE E FORMAZIONE ONLINE

Approccio "Learning By Doing" che affianca alle sessioni d'aula, simulazioni, Role Play, Project Work, esercitazioni e che consente di applicare immediatamente quanto appreso in un costante confronto con gli altri studenti e con i docenti.

I partecipanti avranno accesso alla **piattaforma eLearning** di 24ORE Business School, e potranno consultare:

- **materiali didattici e dispense** strutturate ad hoc
- **corsi Online**
- **Chat e Forum** con i colleghi di master e i docenti
- **questionari di valutazione**

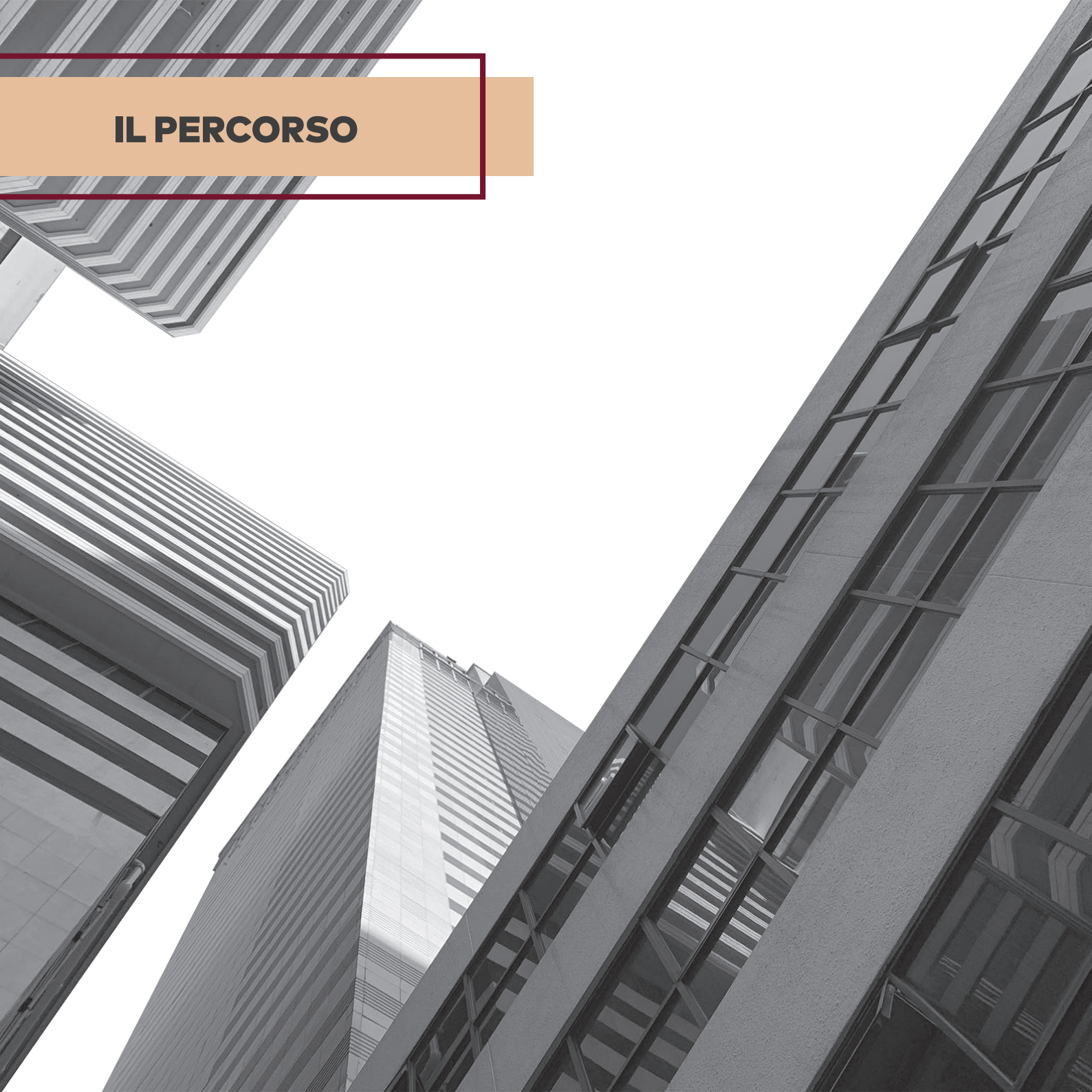
## DIPLOMA DI MASTER

Conseguimento del Diploma di Master al superamento di:

- **verifiche periodiche**
- **6 mesi di Stage** previsti al termine delle lezioni in aula



# IL PERCORSO







## **MODULO INTRODUTTIVO: TREND E NUOVI SCENARI DEL SETTORE FOOD & WINE NEL NUOVO CONTESTO ECONOMICO POST PANDEMIA**

- Lo sviluppo del Food Delivery nel nuovo contesto di mercato
- I nuovi modelli di Business nel settore della ristorazione: Ghost Restaurant e Dark Kitchen
- Etica e Food Sustainability

## **OUTDOOR E COMPANY VISIT**

Giornate di formazione e percorsi di degustazione svolte presso alcune delle più importanti aziende di produzione alimentare e vitivinicole.

## **MODULI PROPEDEUTICI**

- Fondamenti di Management: elementi di economia, organizzazione aziendale e diritto societario
- Principi base di nutrizione e dietetica

### **1° MODULO**

IL SISTEMA ENOGASTRONOMICO E  
AGROALIMENTARE

### **2° MODULO**

ECONOMICS E GESTIONE  
DELL'IMPRESA ALIMENTARE E  
VITIVINICOLA

### **3° MODULO**

DIRITTO ALIMENTARE E GESTIONE  
DEL RISCHIO

### **4° MODULO**

MARKETING MANAGEMENT PER IL  
FOOD & WINE

### **5° MODULO**

LA COMUNICAZIONE NEL  
FOOD & WINE TRA STRUMENTI  
TRADIZIONALI E DIGITALI

### **6° MODULO**

TRADE MARKETING E NUOVI CANALI  
DI VENDITA

### **7° MODULO**

STRATEGIE DI  
INTERNAZIONALIZZAZIONE

### **8° MODULO**

OPERATIONS MANAGEMENT

### **9° MODULO**

MANAGEMENT DELLA  
RISTORAZIONE COMMERCIALE

### **10° MODULO**

IL LANCIO DI UNA START UP NEL  
SETTORE ENOGASTRONOMICO

### **LABORATORI**

- Laboratorio Manageriale: Public Speaking, Team Working, Personal Branding e preparazione ai colloqui di lavoro
- Il Business Plan per il lancio di un'impresa innovativa
- Project Work in collaborazione con aziende
- RetailLAB
- Business English
- Laboratorio di informatica

# IL PROGRAMMA

## MODULI PROPEDEUTICI

### FONDAMENTI DI MANAGEMENT: ELEMENTI DI ECONOMIA E ORGANIZZAZIONE AZIENDALE

- L'azienda all'interno del sistema economico
- Il **sistema impresa**: struttura, attività, risultati
- L'impresa e la sua rete: clienti, fornitori e strumenti
- Elementi di **diritto societario**

### PRINCIPI BASE DI NUTRIZIONE E DIETETICA

- Elementi base di nutrizione ed alimentazione
- Le principali patologie legate all'alimentazione
- La dieta mediterranea e la cultura del cibo
- Nutrizione ed età: le diverse fasi della vita





## 1° modulo

### IL SISTEMA ENOGASTRONOMICO E AGROALIMENTARE

#### INQUADRAMENTO DEL SETTORE ENOGASTRONOMICO

- Storia e tradizione del patrimonio gastronomico
- Il **sistema agroalimentare**, i distretti e le organizzazioni territoriali
- **Modelli di consumo** ed evoluzione della spesa

## IL "NUOVO" CONSUMATORE

- Le principali **tendenze gastronomiche**
- L'impatto del fenomeno della **globalizzazione** sui gusti e le preferenze del consumatore
- I modelli di consumo alimentare

## L'IMPATTO DELLA DIGITAL TRANSFORMATION NEL SETTORE FOOD & WINE

- **Innovazione** di processo e di prodotto nel settore enogastronomico
- Ricerca di nuovi prodotti in risposta alle esigenze dei **nuovi segmenti di clientela**
- **Ricerca e sviluppo** nelle aziende del Food

# 2° modulo

## ECONOMICS E GESTIONE DELL'IMPRESA ALIMENTARE E VITIVINICOLA

### ORGANIZZAZIONE E PROCESSI AZIENDALI

- L'**organizzazione** e i **processi** in azienda: mappatura ed analisi
- **Funzioni, ruoli e responsabilità** in azienda
- Esempi ed analisi di organigrammi aziendali
- La gestione delle risorse umane

### BILANCIO, CONTABILITÀ ANALITICA E BUDGET: GUIDA ALLA LETTURA DEI DATI AZIENDALI

- Lettura e interpretazione del **bilancio d'esercizio**
- La **contabilità analitica** e le metodologie di determinazione dei costi
- Il **Budget** come strumento di pianificazione e controllo
- Gli strumenti di **analisi e controllo** dei **risultati** aziendali
- Scelte di finanziamento per una PMI del settore. Case History: l'impiego di Mini Bond in un'impresa alimentare

### BUSINESS CASE

La redazione del Master Budget

### CASE STUDY

Costruzione di un Business Plan per un'azienda vitivinicola

## 3° modulo

### DIRITTO ALIMENTARE E GESTIONE DEL RISCHIO

#### ELEMENTI DI LEGISLAZIONE E DI GESTIONE DEL RISCHIO

- Analisi del rischio e principio di precauzione
- Requisiti generali in materia di **informazione, sicurezza, etichettatura e presentazione** dei prodotti alimentari
- Gli **alimenti di qualità**: denominazioni di origine protetta (DOP) e indicazioni geografiche protette (IGP). I prodotti biologici.

## 4° modulo

### MARKETING MANAGEMENT PER IL FOOD & WINE

#### MARKETING WARFARE: COME VINCERE LA BATTAGLIA DEL MERCATO

- **I vantaggi competitivi**: cosa sono, come si costruiscono, come si difendono
- **L'innovazione del prodotto**: fattore di successo e forte vantaggio competitivo
- **L'analisi del consumatore** come base delle scelte strategiche
- **Il Marketing territoriale**

#### LA SEGMENTAZIONE DI MERCATO

- La **segmentazione strategica** e operativa del mercato
- La scelta del Target
- **La Cross Swot Analysis**



## IL CONSUMATORE OMNICANALE

- I nuovi comportamenti d'acquisto: il consumatore digitale e la nuova Customer Journey
- Dalla multicanalità all'omnicanalità: capire il Funnel d'acquisto

## IL MARKETING DEL GUSTO: SVILUPPO E DEFINIZIONE DELLA STRATEGIA E DEL PIANO DI MARKETING

- **Brand Management:** strategie e leve
- La definizione delle risorse: il **Budget**
- Pianificazione di Marketing: il **Marketing Plan** come Roadmap dell'impresa Food & Wine
- **Case History** del settore

## LA PIANIFICAZIONE DEL MARKETING MIX

- Gli obiettivi e le variabili del **Marketing Mix: le 4P**
- Le principali decisioni relative a: prezzo, distribuzione, comunicazione e **sviluppo dell'offerta di prodotto**
- Il **Pricing:** il ruolo del prezzo nel Marketing Mix

## WEB MARKETING E DIGITAL STRATEGY

- **Pianificazione di una strategia digitale:** determinazione degli obiettivi e scelta degli strumenti e dei canali digitali
- Tempi di realizzazione e definizione del Budget
- Il funnel nel Marketing Digital
- Valutazione dei canali di comunicazione diretta in funzione degli obiettivi di **Awareness, Consideration, Conversion, Transaction**
- Display, email, canali social, landing page, blog e forum
- **Video + mobile + social: gli ultimi trend**
- Esempi di **pianificazione e gestione di una campagna Social: Facebook, Instagram, LinkedIn**
- La pubblicità attraverso l'**Influencer Marketing**, il **Branded Content** e il **Native ADV**

## 5° modulo

### LA COMUNICAZIONE NEL FOOD & WINE TRA STRUMENTI TRADIZIONALI E DIGITALI

#### LA COMUNICAZIONE NEL SETTORE FOOD & WINE

- Le **leve di comunicazione** e la loro applicazione nel settore alimentare
- Dal piano di Media alle **strategie di comunicazione multicanali di marca**
- La **comunicazione digitale** e il suo impatto sulla reputazione aziendale
- Le strategie di Advertising
- Media Planning tradizionale e digitale
- I **nuovi Trend** della comunicazione food: **l'impatto del digitale dai Food Blogger ai Food selfie**. Nuovi attori e nuove regole di relazione
- Il ruolo dell'**ufficio stampa nel settore enogastronomico**
- Comunicazione b2c ed **eventi gastronomici**: le opportunità di relazione e visibilità

#### LA STRATEGIA E PIANO DI COMUNICAZIONE

- Definizione degli obiettivi di comunicazione
- Il Target: **dalla segmentazione tradizionale al modello Personas**
- La **strategia creativa**
- Attività e strumenti di comunicazione: **il piano Media, Social, In-store**
- **Digital PR**: coinvolgere gli Influencer come "ambasciatori" del Brand
- Il **Communication Mix per le aziende del settore Food & Wine**

#### LA COMUNICAZIONE DI CRISI NEL SETTORE ALIMENTARE

- La gestione della crisi
- Il Recovery Plan

#### ESERCITAZIONE

Wine Experience e progettazione dell'accoglienza

# 6° modulo

## TRADE MARKETING E NUOVI CANALI DI VENDITA

### LA RELAZIONE FOOD INDUSTRY E DISTRIBUZIONE

- Rapporto tra produzione, distribuzione e GDO
- Le politiche di mercato dell'industria agroalimentare e vitivinicola

### TRADE MARKETING

- Il Trade Management nelle aziende food e vitivinicole: cos'è, a cosa serve, come gestirlo
- Vendita all'ingrosso e al dettaglio
- Canali di vendita: la tradizione vs l'innovazione digitale
- Food Shopping Experience & Innovazione
- La Channel Relationship R-evolution per la gestione dell'Omnicanalità

### LO SVILUPPO COMMERCIALE DELL'IMPRESA ALIMENTARE

- Gli step per impostare e gestire una rete commerciale efficiente
- La determinazione del prezzo di vendita
- GDO: format, contesto nazionale ed internazionale, performance dei player

### PIANIFICAZIONE DELLE VENDITE

- La pianificazione degli obiettivi e dei piani di vendita
- Condivisione delle strategie con il Management e gli Store Manager
- Il processo di assegnazione degli obiettivi

### PRIVATE LABEL & BRAND STRATEGY

- La competizione tra Brand e Private Label
- Le politiche di Marketing del Brand in risposta alla Private Label

### NEGOZIARE CON LA GDO

- Le dinamiche comportamentali nei diversi tipi di negoziazione
- Le fasi della negoziazione
- Case History

### LABORATORIO

**RetailLab:** dall'analisi degli Store Concept dei principali Player della GDO al Business Model

# 7° modulo

## STRATEGIE DI INTERNAZIONALIZZAZIONE

### MODELLI E STRATEGIE DI INTERNAZIONALIZZAZIONE

- **Le istituzioni a supporto delle politiche internazionali:** chi sono e quali ruoli svolgono
- Internazionalizzazione ed Export come fattori strategici di business
- Posizionamento nei mercati a più alta crescita
- Modalità di accesso ai finanziamenti per l'internazionalizzazione

### ANALISI DEI NUOVI MERCATI E VALUTAZIONE DELLE OPPORTUNITÀ D'INGRESSO

- **Le strategie per radicarsi sui mercati esteri:** il processo, le fasi e gli strumenti operativi
- Errori da evitare: l'importanza del **cross cultural management**
- Fonti di informazione e criteri di scelta di partner e intermediari
- Valutazione delle risorse necessarie per l'ingresso nel mercato Target
- **Business case e casi di (in)successo**

### FOCUS PAESI

Cina, Giappone, Svizzera, UK, USA

### TESTIMONIANZE LE ECCELLENZE ITALIANE NEL MONDO

Nelle precedenti edizioni sono intervenuti: **Philippe Léveillé**, Chef "Ristorante Miramonti L'Altro" - due Stelle Michelin; **Giorgio Locatelli**, Chef "Locanda Locatelli" Londra - una Stella Michelin; **Chicco Cerea**, Chef "Da Vittorio" - tre Stelle Michelin; **Davide Oldani**, Chef "Ristorante D'O" - una Stella Michelin, **Mauro Uliassi**, Chef "Il Re del Mare" - tre Stelle Michelin, **Silvano Brescianini**, Presidente Consorzio Franciacorta, Maestro **Iginio Massari** e **Debora Massari**

### LE POTENZIALITÀ DELL' ECOMMERCE PER L'EXPORT DEL VINO MADE IN ITALY

- **eCommerce come leva per la crescita del Business:** come raggiungere i mercati Target
- L'impatto dell'eCommerce sul mercato del vino italiano: **casi di successo**

### PROJECT WORK

Lo sviluppo di un piano di Export

## 8° modulo

### OPERATIONS MANAGEMENT

#### SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

- La struttura e i **cambiamenti in atto nell'organizzazione** della distribuzione e dell'industria alimentare
- La filiera corta: **modelli di Short Food Supply Chain**

#### LA LOGISTICA DISTRIBUTIVA

- Le **leve della logistica distributiva**: gestione ordini, trasporto, magazzini, scorte
- Gestione della logistica: elementi di criticità per alimenti altamente deperibili

### INNOVAZIONE E SOSTENIBILITÀ NELLA FOOD INDUSTRY

- Quadro normativo Europeo: il nuovo **Green New Deal**
- **Sviluppo sostenibile**: soggetti interessati, fonti e Network coinvolti
- I **modelli di economia circolare** per ridurre gli sprechi

### LA SOSTENIBILITÀ DEL FOOD PACKAGING

- **Ecopackaging**: valori, metodologia, strumenti e normativa per la sostenibilità
- Il ruolo del Packaging nella **Communication Mix**
- I materiali per l'imballo: **Plastic-Free e nuovi materiali**

### FOOD INNOVATION LAB

La gestione del piano di innovazione di prodotto

## 9° modulo

### MANAGEMENT DELLA RISTORAZIONE COMMERCIALE

#### LA SCELTA DEL MODELLO DI BUSINESS

- La ristorazione in Italia: numeri e Case Histories di un'importante crescita
- Gli elementi necessari per la scalabilità dei Format
- Il **Franchising della ristorazione**: un settore in forte sviluppo. I fattori di successo.

#### FOCUS

I nuovi modelli di Business nel settore della ristorazione: **Ghost Restaurant** e **Dark Kitchen**

#### PROJECT WORK

Food Delivery & Customer Experience nella ristorazione

## 10° modulo

### IL LANCIO DI UNA START UP NEL SETTORE ALIMENTARE

#### ELEMENTI STRATEGICI PER L'AVVIO DI UNA START UP

- La costruzione del **Business Plan** e dell'**Executive Summary**
- La pianificazione economico finanziaria per la Start Up
- L'importanza delle simulazioni di Breakeven

#### LABORATORIO

Il Business Plan per il lancio di un'azienda innovativa



# LABORATORI

## FOOD IN PROGRESS: IDEAZIONE DI NUOVI FORMAT ENOGASTRONOMICI INNOVATIVI

I partecipanti, divisi in gruppi di lavoro, dovranno ideare un Format enogastronomico attraverso la compilazione di un Business Plan, l'analisi del mercato e dei Competitor, le strategie di Marketing e di comunicazione.

In collaborazione con



## LABORATORIO "MY NEW JOB: TECNICHE E METODI PER INSERIRSI NEL MONDO DEL LAVORO"

Un percorso strutturato in più interventi per accompagnare i partecipanti nella fase di **ingresso nel mondo del lavoro** sostenendoli nella **definizione di competenze, attitudini, aspirazioni** e nell'acquisizione di informazioni sulle opportunità occupazionali.

L'obiettivo è fare in modo che i partecipanti siano in grado di individuare i propri punti di forza e le aree di miglioramento per rendere quanto più spendibile il proprio profilo sul mercato del lavoro e orientare la carriera verso il percorso più consono alle competenze ed aspirazioni individuali.



In collaborazione con

## GENERAL & BUSINESS ENGLISH CON CERTIFICAZIONE EF

Il Master include un corso di Business English organizzato in collaborazione con EF. **EF Education First** è la scuola digitale innovativa e sempre a portata di mano per apprendere il Business English e consolidare la propria formazione professionale. Il corso include:

**General English:** fino a 2.000 ore di studio disponibili, contenuti interattivi e video, esercizi di comprensione orale, lezioni di scrittura con Feedback 1-to-1 da docenti madrelingua

**Business English:** approfondimenti di studio verticali per specifici contesti di lavoro: Presentation Skills, Social Skills, Negotiation, Telephoning

## LABORATORIO DI INFORMATICA

Corso di Excel avanzato per l'analisi dei dati aziendali e gestione dei Database.

# PROJECT WORK

## IL VALORE AGGIUNTO DEL MASTER

Coinvolgimento degli studenti in **progetti commissionati da aziende Partner** per un'applicazione reale dei modelli e delle strategie studiate in aula.

La tematica è individuata dall'azienda e collegata ad **una reale esigenza di sviluppo del Business**.

**Alcuni Project Work svolti nelle precedenti edizioni:**

**Granarolo Group**, "Valorizzare il latte dei nostri produttori"

**Le Conserve della Nonna** - Gruppo Fini SpA - "Lancio di una nuova linea di prodotti"

**Pastificio Felicetti**, "Lancio del nuovo piano di comunicazione e Marketing"

**Casa del Caffè Vergnano**, "Il riposizionamento della gamma di capsule compostabili"

**The Coca-Cola Company**, "Creazione di un piano di comunicazione e di una Digital Strategy per il brand Fanta"



# GLI ITINERARI DEL GUSTO: SESSIONI IN OUTDOOR E COMPANY VISIT

## VISITE AZIENDALI E SESSIONI DI DEGUSTAZIONE IN OUTDOOR

Il percorso formativo del master include numerose Company Visit presso **imprese di produzione** alimentare, aziende **vitivinicole**.

### Alcune Company Visit svolte nelle precedenti edizioni:

Domori, Igor Gorgonzola, Cameo, Gruppo Montenegro, Strada del Barolo e grandi vini di Langa, Tartuflanghe, Consorzio Franciacorta, Eataly, Fratelli Carli, Giovanni Cova & C., Marchesi Antinori, Cantina Urbana Milano, Salumi Pasini, Alce Nero, Granarolo Group, Monini, Urbani Tartufi, Ta' Milano.

# LO STAGE

## ORIENTAMENTO E PREPARAZIONE AL COLLOQUIO DI SELEZIONE

Nel corso dei mesi d'aula e attraverso colloqui individuali con lo Staff, ciascun partecipante viene accompagnato e guidato nell'**individuazione delle proprie capacità e opportunità** di carriera.

L'attività di orientamento serve infatti a supportare i partecipanti nell'affrontare al meglio i colloqui di Placement.

A tal fine sono previsti specifici momenti di **simulazione di colloqui di lavoro** coordinati dai docenti della Scuola.

## TRAINING ON THE JOB

Lo Stage è un importante valore aggiunto del Master in quanto permette di passare alla complessità del mondo del lavoro con solidi strumenti professionali.

Rappresenta quindi non solo un'importante opportunità di continuare la propria formazione con una significativa esperienza di Training-On-The-Job, ma anche un **accesso privilegiato al mondo del lavoro** grazie all'importante Network di contatti di primario livello di 24 ORE Business School.

Lo Stage si conclude con una relazione tecnica sul lavoro svolto presentata dal partecipante nella **Cerimonia di Consegna dei Diplomi**.





**DOCENTI**





## COMITATO SCIENTIFICO

**Giampiero Calzolari**  
Presidente  
Granarolo

**Lucio Cavazzoni**  
Presidente  
Alce Nero

**Antonio Capaldo**  
Presidente  
Feudi di San Gregorio

**Renzo Cotarella**  
Direttore generale  
Antinori

**Manuele Crupi**  
Legal & Marketing Manager  
IGOR Gorgonzola

**Nicoletta Del Carlo**  
Amministratore delegato  
NTFood

**Marco Giuri**  
Avvocato  
Studio Giuri

**Domenico Gulli**  
Strategic & Business Development  
Consultant

**Valentina Lanza**  
Responsabile Comunicazione  
FICO Eataly Word

**Luigi Maccalini**  
Digital Communication Expert

**Daniele Manzone**  
Direttore Strada del Barolo e  
grandi vini di Langa

**Andrea Marchelli**  
Direttore Marketing  
Monini

**Andrea Muzzi**

Titolare  
G. Cova & C.

**Davide Paolini**

Giornalista e conduttore radiofonico  
Il Gastronauta

**Matteo Sarzana**

General Manager  
Deliveroo

**Fabrizio Savigni**

Communication Consultant

**Luciano Sbraga**

Responsabile Ufficio Studi  
FIPE

## **DOCENTI E TESTIMONIAL**

**Claudio Achilli**

Consulente

**Andrea Antognazza**

Partner  
Key Project

**Alessandra Argiolas**

Direttore Marketing Argiolas  
Formaggi

**Francesco Aversano**

Avvocato

**Massimo Barbieri**

Consulente aziendale

**Lucia Barzanò**

Presidente Strada del  
Franciacorta

**Marco Benadi**

Founder&CEO  
Benadi & Associati

**Paolo Bertani**

Responsabile Sviluppo  
Birra Del Borgo

**Gabriella Binello**

Owner, Food&Wine Consulting  
GBExport Alba

**Alessandro Bocchini**

Nomad foods, Europe talent, Acquisition  
Manager  
Findus

**Matteo Bonoli**

R&D Product Specialist  
Amaro Montenegro

**Silvano Brescianini**

Vicepresidente del Consorzio  
Franciacorta e Direttore Generale di  
Barone Pizzini

**Giangiaco Calovini**

Consulente

**Vincenzo Carluccio**

Direttore Supply Chain & Service  
Excellence  
Elior Italia

**Francesca Carsana**

Junior Buyer  
Esselunga

**Andrea Cartoccio**

Group Marketing & Innovation Director  
Elior Italia

**Marco Castelletti**

Packaging specialist  
Innovation Center Gerosa SpA

**Chicco Cerea**

Chef tre stelle Michelin  
"Da Vittorio"

**Angelica Ciasca**

Incoming Office Eataly

**Maurizio Contardi**

Trade marketing, Route to Market and  
Sales Development  
Ursus Breweries – Birra Peroni

**Daniele Contini**

Country Manager  
Just Eat

**Michela Corvino**  
Communication Manager  
Vinòforum

**Raffaele D'Amato**  
Consulente Business Partner

**Gabriele D'Amore**  
Head of Marketing Dessert  
Cameo SpA

**Federico De Cerchio**  
CEO & Founder  
WineOwine

**Giuseppe De Marinis**  
Senior Partner Studio Associato Tupponi  
De Marinis Russo & Partners

**Giovanna Del Carlo**  
Titolare NT Food

**Andrea De Panfilis**  
Avvocato  
Russo De Rosa Associati

**Riccardo Felicetti**  
Titolare  
Pasta Felicetti

**Michela Ferrante**  
Direttore Hospes Italy/Divisione Retail  
Elior Italia

**Myriam Rosaria Finocchiaro**  
Responsabile Comunicazione Relazioni  
Esterne e CSR  
Granarolo

**Raffaele Forlini**  
Senior Consultant e Imprenditore  
BMC Oltre la Consulenza SRL

**Valentina Fornari**  
Docente di Marketing  
Università Bocconi

**Tiziana Frescobaldi**  
Comunicazione e progetti culturali  
Consigliere di Amministrazione  
Compagnia  
de' Frescobaldi S.p.A

**Gaia Gombi**  
Product Development & Center Of  
Expertise Manager  
Barilla

**Caterina Lamanna**  
Commerciale Barilla Group

**Vincenzo Lebano**  
Chef  
Terrazza Gallia

**Philippe Lèveillé**  
Chef due stelle Michelin  
"Ristorante Miramonti L'Altro"

**Giorgio Locatelli**  
Chef una stella Michelin  
"Locanda Locatelli"

**Giuliana Mantovano**  
Marketing Director  
The Coca-Cola Company

**Alessandro Martire**  
Consultant  
Bain & Company Partner

**Francesca Massazza**  
Nutrizionista  
Elior Food Academy

**Marco Milani**

Deputy Manager  
Tenute Piccini

**Elisabeth Molling**

Responsabile Product  
Management Latte Montagna Alto  
Adige

**Paolo Montanaro**

CEO TartufLanghe

**Domenico Montano**

Direttore generale Mercato Centrale  
Firenze

**Massimo Monti**

Amministratore Delegato  
Alce Nero

**Isabella Mozzoni**

Dottore Commercialista  
Docente Università degli Studi di Parma

**Stefano Murialdo**

Direttore  
Eataly Distribuzione srl

**Silvia Panepinto**

Retail Manager Domori

**Lorenzo Paoli**

Manager  
Strategic Management Partners

**Roberta Parollo**

Consulente

**Daniela Pasini**

Head of Marketing & Communication  
Salumi Pasini

**Antonio Ravidà**

PSC Europe FP&A Specialist Gruppo  
Campari

**Cristina Re Calegari**

Senior Brand Manager  
The Coca-Cola Company

**Marco Roccabianca**

CoFounder e Partner  
TUS Company  
Owner  
Diverthink

**Camilla Rota**

Trade Marketing Manager  
Cameo SpA

**Alessandro Ruggeri**

Responsabile R&D Western Europe  
Barilla Group

**Gaia Saccani**

Business Manager Food & Beverage Chr.  
Hansen

**Andrea Sansoni**

Responsabile Assicurazione Qualità e  
Agronomico  
Vignabaldo Group

**Alessandro Silvestrelli**

Managing Director Italy Rijkzwaan

**Tommaso Simili**

Communication and External Relations  
Specialist  
Granarolo

**Elio Sironi**

Chef  
Ceresio7

**Giuseppe Taccari**

International Markets Director Illy Caffè

**Paola Terenziano**

Direzione Marketing  
Urbani Tartufi

**Antonella Tolomelli**

Marketing Director Fabbri 1905 S.p.A.

**Emanuela Truzzi**

Presidente AIF Piemonte

**Roberta Trilli**

Docente di informatica

**Pietro Vanazzi**

Innovation Manager  
Innovation Center Gerosa SpA

**Ilaria Vitale**

Head of Marketing & Communication  
Elior Italia

**Persino Walter**

Senior Supply Chain Controller  
Bindi - Sipa S.p.A.





## LE TESTIMONIANZE DI CHI HA FREQUENTATO IL MASTER

Il ricordo del Master mi riporta a una frase: "Ogni volta che impariamo qualcosa di nuovo, noi stessi diventiamo qualcosa di nuovo".

Il desiderio di toccare con mano il mondo del lavoro, di avvicinarmi ad esso con la maggior professionalità possibile e la passione per il Food mi ha portato a frequentare il Master Food&Wine di 24ORE Business School. L'approccio con persone con esperienze, Background universitari e caratteri diversi hanno fatto da ingrediente nella ricetta della formazione. Gli insegnanti, lavoratori professionisti nella realtà quotidiana delle aziende prima che docenti hanno, da veri Chef, arricchito di sapore un piatto molto diverso da quello servito nelle università; dove

oltre al materiale didattico il vero cuore sono state discussioni, incontri con aziende e professionisti del settore, Teambulding, Project Work, presentazioni e affinare capacità personali espositive, relazionali e soprattutto lo stimolo alla criticità.

"Dimmi e io dimentico; mostrami e io ricordo; coinvolgimi e io imparo".

Motivo che mi fa credere che il Master sia il metodo più formativo e completo per affrontare il mondo del lavoro attuale.



**PIETRO VANAZZI**

Innovation Manager  
Innovation Center Gerosa SpA

Ricordo come se fosse ieri lo sguardo (forse un po' impaurito e smarrito) dei miei colleghi il primo giorno d'aula. Sapevamo tutti che stavamo per intraprendere un percorso sia professionale che di vita, che stavamo per vivere delle emozioni che solo quel master poteva farci conoscere. Tutti con la stessa passione, coltivata in modi diversi, ma tutti con la stessa voglia: approfondire prima e diventare poi dei veri professionisti nel mondo del Food e del Wine.

Penso sia stato proprio questo a fare la differenza al Master Food&Wine Management : una classe diversificata negli studi e nelle esperienze ma con un unico obiettivo in testa, un'unica Mission che ci ha permesso non solo di ottenere degli ottimi risultati nei fantastici Project Work ma anche di dar vita a delle amicizie che ancora oggi risultano fondamentali dentro e fuori l'ambito lavorativo.

Ricordo come se fosse ieri lo sguardo (pieno di coraggio e di ambizione) dei miei colleghi l'ultimo giorno d'aula. Eravamo tutti lì, pronti ad affrontare e conquistare quel mondo che ormai sentivamo nostro.

**MARCO CHIBBARO**  
Digital Core Specialist  
Metro Italia Cash&Carry



# INFORMAZIONI

## SEDE DEL MASTER

**24ORE BUSINESS SCHOOL**  
Via Sclafani 40/b Acireale (CT)  
**24orebs.com**

## COORDINAMENTO DIDATTICO

**Laura Tolotti**  
Cel. 348 5334366  
laura.tolotti@24orebs.com

## DURATA E ORARIO DELLE LEZIONI

Il Master ha una durata complessiva di **11 mesi (5 di aula e 6 di Stage)** con inizio il **29 Marzo 2021**.

Orari delle lezioni:

■ da lunedì a giovedì dalle 9.15 alle 17.15

## CANDIDATI

Giovani laureati e laureandi in tutte le aree disciplinari.

## MODALITÀ DI AMMISSIONE E PROCESSO DI SELEZIONE

Il Master è a **numero chiuso** e prevede un **processo di selezione** finalizzato a valutare le **competenze tecniche** acquisite durante gli studi, le **attitudini individuali e la motivazione dei candidati**.

Il processo di selezione si articola in 2 fasi:

- screening e analisi della domanda di ammissione e CV
- prove scritte e colloquio motivazionale

Per candidarsi è necessario compilare la **domanda di ammissione Online** allegando:

- curriculum Vitae
- certificato di laurea con dettaglio degli esami e votazione
- foto tessera

Ai fini dell'ammissione si terrà conto di:

- risultati delle prove scritte e del colloquio motivazionale
- titolo di studio e votazione

- Conoscenza delle lingue straniere
- Esperienza di lavoro

Dato l'elevato numero di domande, si terrà conto della data di invio della stessa per la convocazione alle selezioni.

Domande di ammissione, date di selezione e **aggiornamenti** sono disponibili Online: **24orebs.com**

Nel corso della giornata di selezione è possibile incontrare lo Staff di 24ORE Business School, assistere alla presentazione del Master, sostenere le prove scritte e il colloquio motivazionale.

## QUOTA DI PARTECIPAZIONE

La quota di partecipazione è di **10.900 Euro + IVA** comprensiva di tutto il materiale didattico.

È **rateizzabile** in tre soluzioni:

- 1<sup>a</sup> rata: entro il 29/03/2021
- 2<sup>a</sup> rata: entro il 31/05/2021
- 3<sup>a</sup> rata: entro il 30/06/2021

## BORSE DI STUDIO

Come tradizione della Business School, importanti aziende e società di consulenza mettono a disposizione dei partecipanti **borse di studio a copertura totale o parziale** della quota di iscrizione, per sostenere i candidati più meritevoli.

Per candidarsi alle borse di studio è necessario compilare la voce "Richiesta di Borse di Studio" nella domanda di ammissione Online, allegando i documenti richiesti entro il **28 febbraio 2021**.

L'assegnazione delle borse di studio avverrà in base a una graduatoria che considera i seguenti criteri:

- esito delle selezioni
- votazione di laurea (uguale o superiore a 105/110 o a 95/100)
- conoscenza delle lingue straniere
- eventuale esperienza professionale
- situazione economico-finanziaria del candidato

Si segnala, inoltre, che alcune **Regioni o enti territoriali** bandiscono annualmente un concorso per l'assegnazione di borse di studio ai propri residenti per favorire la frequenza di corsi postuniversitari.

Business School24 S.p.A. è **Ente accreditato** presso la Regione Lombardia e **associato Asfor** e quindi in linea con i requisiti richiesti da molti bandi regionali per l'assegnazione di Borse di Studio.

Per queste borse si consiglia di contattare direttamente gli uffici regionali preposti.

## MODALITÀ DI PAGAMENTO

Il pagamento può essere effettuato tramite:  
**Bonifico bancario**

**Intestazione/Coordinate bancarie del Bonifico**  
Business School24 S.p.A.  
Banca Intesa Sanpaolo Filiale di Via Quarenghi  
20100 – Milano  
IBAN IT76 J030 6909 5571 0000 0006 824

**Come causale di versamento, occorre indicare:**  
rata/saldo  
il codice del Master **LA1373**  
gli estremi della fattura (se pervenuta)

## FORMAZIONE IN HOUSE E E-LEARNING

Il Master può essere personalizzato e realizzato c/o l'azienda cliente, anche in modalità blended (aula e Online).

# FINANZIAMENTI

## PRESTITI ALLO STUDIO

Per i clienti 24ORE Business School è possibile accedere ai prestiti allo studio **BNL - Gruppo BNP Paribas**, in particolare ai prodotti **BNL Futuriamo** e **BNL Scuola Più**, dedicati agli studenti di ogni età, per sostenere l'investimento nel futuro a condizioni molto vantaggiose.



**BNL**  
GRUPPO BNP PARIBAS

Maggiori informazioni sul sito  
[24orebs.com](http://24orebs.com)  
o sul sito dell'azienda Partner

## PRESTITO D'ONORE

24ORE Business School ha stipulato una convenzione con Banca Sella che permette la concessione di prestiti bancari a tasso agevolato, ottenibili senza presentazione di garanzie reali o personali di terzi, con pagamento della prima rata dopo 6 mesi dalla fine del Master.



**BANCA SELLA**

Maggiori informazioni sul sito  
[24orebs.com](http://24orebs.com)  
o sul sito dell'azienda Partner

## CREDITO AL CONSUMO

Grazie all'accordo stretto tra 24ORE Business School e Compass puoi acquistare il tuo Master (o Corso formativo) direttamente presso le sedi di 24ORE Business School e rimborsarlo in comode rate mensili.



**COMPASS**  
GRUPPO MEDIOBANCA

Messaggio pubblicitario con finalità promozionale. Salvo approvazione di Compass Banca S.p.A. alla richiesta di finanziamento. Per le condizioni contrattuali si rimanda ai documenti informativi disponibili presso le sedi 24ORE Business School convenzionate senza esclusiva con Compass Banca S.p.A.

Maggiori informazioni sul sito  
[24orebs.com](http://24orebs.com)  
o contattando il nostro Servizio Clienti  
[info@24orebs.com](mailto:info@24orebs.com)  
Tel. 02 30300602

## FORMAZIONE FINANZIATA

Le attività formative proposte sono sostenibili con le risorse dei fondi interprofessionali. **HRC FundTraining**, partner di 24ORE Business School, favorisce l'accesso e l'utilizzo delle risorse messe a disposizione dai Fondi Interprofessionali per i dipendenti e i dirigenti delle aziende iscritte. Il costo del servizio sarà dovuto solo in caso di approvazione del Piano Formativo.



Maggiori informazioni sul sito  
[24orebs.com](http://24orebs.com),  
sul sito dell'azienda Partner  
oppure email:  
[hrc.fundtraining@hrcgroup.com](mailto:hrc.fundtraining@hrcgroup.com);  
Tel. 345 8043046  
o 051 328455



# Aim for more

Via Monte Rosa 91, Milano  
P.zza dell'Indipendenza 23 b/c, Roma  
Via Sclafani 40/b, Acireale (CT)  
[24orebs.com](http://24orebs.com)

