



Fondazione  
Scuola Cattolica  
di Valle Camonica  
ETS



Comunità Montana  
di Valle Camonica

in collaborazione con



# **MARKETING DEL TERRITORIO: VINO E PROMOZIONE ENOTURISTICA**

**Percorso di alta  
formazione  
3 giornate  
24 ore**

## OBIETTIVI DEL PERCORSO

Il corso intende fornire ai partecipanti una **comprensione approfondita del ruolo strategico del marketing territoriale** con attenzione alle aree di montagna e alle loro specificità.

Obiettivo del corso è sviluppare competenze mirate a:

- definire **strategie efficaci** per la **promozione del vino, delle sue caratteristiche e il legame con il territorio**
- approfondire l'**integrazione tra prodotto, territorio ed esperienza turistica**,
- guidare i partecipanti nella **progettazione di azioni concrete di promozione** con un **focus sui diversi strumenti digitali**.

## CALENDARIO DEL CORSO

**GIORNO 1 - Venerdì 13 novembre**

**dalle ore 8.30 alle 12.30 - dalle 13.30 alle 17.30**

**GIORNO 2 - Venerdì 20 novembre**

**dalle ore 8.30 alle 12.30 - dalle 13.30 alle 17.30**

**GIORNO 3 - Venerdì 27 novembre**

**dalle ore 8.30 alle 12.30 - dalle 13.30 alle 17.30**

## METODOLOGIA DIDATTICA

Le attività formative sono pensate specificatamente per operatori e tendono ad un approccio concreto e applicativo. **Il percorso prevede esercitazioni pratiche, simulazioni, analisi di casi reali e project work, con l'obiettivo di trasferire competenze operative e strumenti utilizzabili fin da subito nel contesto professionale.**

La metodologia didattica prevede un approccio alla risoluzione di problemi reali e al miglioramento delle capacità operative.

# PROGRAMMA

## GIORNO 1 - Venerdì 13 novembre

### MARKETING DEL TERRITORIO E IDENTITÀ LOCALE

#### IL MARKETING DEL TERRITORIO

- Il marketing territoriale: cosa è?
- Il territorio come “prodotto complesso”
- Identità, autenticità e narrazione
- Il ruolo delle imprese vinicole nello sviluppo locale
- Focus sul territorio della Valle Camonica

#### COSTRUIRE UN'IDENTITÀ TERRITORIALE VINCENTE

- Branding territoriale: elementi chiave
- Storytelling del territorio e del vino
- Valorizzazione delle specificità
- Esercitazione: mappatura dei valori distintivi della Valcamonica

#### INTEGRAZIONE TRA VINO, GASTRONOMIA E TURISMO

- Il sistema enogastronomico
- Creazione di esperienze (degustazioni, percorsi, eventi)
- Reti locali: cantine, ristoratori, operatori turistici

## GIORNO 2 - Venerdì 20 novembre

### MARKETING DEL VINO E CASI DI SUCCESSO MARKETING DEL VINO

- Posizionamento del vino, segmentazione del mercato, packaging, denominazione, prezzo e distribuzione
- Vendita diretta e canali digitali

#### ENOTURISMO E CUSTOMER EXPERIENCE

- Il turista del vino: bisogni e comportamenti
- Progettazione dell'esperienza in cantina
- Accoglienza, narrazione e fidelizzazione
- Esercitazione: progettazione di un'esperienza enoturistica in Valcamonica

#### ANALISI DI ESPERIENZE TERRITORIALI

- Analisi guidata di casi di successo:  
Langhe (Italia), Alto Adige, Toscana (Chianti/Brunello),  
Caso europeo

#### Cosa è replicabile in Valle Camonica

- Errori da evitare

## GIORNO 3 - Venerdì 27 novembre

### PROMOZIONE DIGITALE E PROJECT WORK

#### PROMOZIONE DEL TERRITORIO E DEL VINO

- Strategie di comunicazione integrata
- Ruolo di consorzi e reti territoriali
- Eventi, fiere e collaborazioni

#### SOCIAL MEDIA PER VINO E TERRITORIO

- Canali principali: Instagram, Facebook, TikTok
- Contenuti efficaci (storytelling, video, esperienze)
- Influencer e turismo enogastronomico

#### LAVORO DI GRUPPO: PROGETTO DI PROMOZIONE Attività:

- Creazione di gruppi di lavoro
- Sviluppo di un progetto di promozione per un'offerta territoriale integrata

#### Output richiesto:

- Obiettivo
- Target
- Concept creativo
- Proposte e piano attività
- Idea di collaborazione territoriale

#### PRESENTAZIONE FINALE E FEEDBACK

- Presentazione dei progetti e discussione collettiva
- Feedback dei docenti

## I DOCENTI

### ELENA BELLIO

Ricercatrice presso il Dipartimento di Promozione delle Scienze Umane e della Qualità della Vita, Università Telematica San Raffaele e docente a contratto presso Università Bocconi di Milano e Università Ca' Foscari di Venezia.

Attività di ricerca sia in Italia che in contesti internazionali con obiettivi consulenziali e scientifici. Le principali aree di interesse riguardano l'impatto dell'innovazione digitale nel marketing dei servizi, con un'attenzione particolare al marketing territoriale anche in chiave di sostenibilità.

E' laureata in Economia e Management dei Mercati Internazionali e delle Nuove Tecnologie presso l'Università Bocconi e ha ottenuto il dottorato di Ricerca in Management e Innovazione presso l'Università Cattolica di Milano.

### LUCA BUCCOLIERO

È docente del Dipartimento di Marketing dell'Università Bocconi. Presso l'Università Bocconi è titolare degli insegnamenti: "Marketing", "Marketing e Cittadino Cliente" (Social Marketing), "Principles of e-commerce and e-marketing", "Green Marketing" e "Healthcare marketing".

È inoltre docente senior dell'Area Marketing della SDA Bocconi e visiting professor ed exchange researcher alla Waseda University di Tokyo. Ha diretto numerosi progetti di ricerca aventi ad oggetto l'impatto e le implicazioni manageriali delle nuove tecnologie nel settore pubblico.

Ha presentato e discusso paper in convegni internazionali e pubblicato articoli e saggi, concentrando l'attività di ricerca sulle tematiche relative ad E-government ed E-health, sui sistemi informativi nelle aziende sanitarie/ospedaliere e negli enti locali, sul ruolo delle ICT nelle strategie di marketing in sanità e negli enti locali, sul marketing territoriale, sulle relazioni tra amministrazioni pubbliche e cittadini-clienti e sul silver marketing.

Nel 2008 ha vinto il premio di eccellenza per la ricerca dell'Università Bocconi. È laureato in Economia Aziendale presso l'Università Bocconi e ha ottenuto un dottorato di ricerca in Economia delle Aziende e delle Amministrazioni Pubbliche presso l'Università di Parma.

## A CHI SI RIVOLGE

- IMPRENDITORI AGRICOLI,
- ADDETTI OPERANTI NEL SETTORE AGRICOLO, FORESTALE E NEI TERRITORI RURALI,
- ALTRI SOGGETTI PRIVATI E PUBBLICI FUNZIONALI ALLO SVILUPPO DELLE AREE RURALI

con SEDE legale o almeno una sede operativa sul TERRITORIO DEL GAL SEBINO VALLE CAMONICA con FASCICOLO AZIENDALE ATTIVO E AGGIORNATO in SISCO (Sistema Informativo delle Conoscenze di Regione).

La realizzazione del corso e la partecipazione gratuita sono vincolate all'ammissione al finanziamento dello stesso.\*\*

\* per il dettaglio dei requisiti di partecipazione è possibile contattare la segreteria al 366.3139389 - [formazione@fondazioneescv.it](mailto:formazione@fondazioneescv.it) e visualizzare il modulo di iscrizione al corso.

\*\* il presente corso è candidato al finanziamento nell'ambito del bando "Intervento SRH03 – Formazione degli imprenditori agricoli, degli addetti alle imprese operanti nei settori agricoltura, zootecnia, industrie alimentari, e degli altri soggetti privati e pubblici funzionali allo sviluppo delle aree rurali" promosso da GAL Sebino Valle Camonica.

Si precisa che il numero massimo di partecipanti previsto è di 25 e un numero minimo di 15. La frequenza è obbligatoria per almeno il 75% delle ore di corso.

## INFO E DETTAGLI

### DATE DEL CORSO



GIORNO 1 - Venerdì 13 novembre 2026

GIORNO 2 - Venerdì 20 novembre 2026

GIORNO 3 - Venerdì 27 novembre 2026

dalle ore 8.30 alle 12.30  
dalle 13.30 alle 17.30



Il corso si svolgerà presso la sede del

CFP Padre Marcolini

Via M. A. Cocchetti, 5 - Capo di Ponte (BS)

PER PARTECIPARE E' NECESSARIO COMPILARE IL MODULO DI ISCRIZIONE AL CORSO VINCOLANTE ALLA PARTECIPAZIONE ([www.fondazioneescv.it/percorsi-in-partenza](http://www.fondazioneescv.it/percorsi-in-partenza)) necessario per la verifica dei requisiti.



[formazione@fondazioneescv.it](mailto:formazione@fondazioneescv.it)

366 3139389

[www.fondazioneescv.it](http://www.fondazioneescv.it)