



Presentato a Roma, Mercoledì 21 ottobre presso La Limonaia di Villa Torlonia

Agra Editrice presenta il manuale sulla comunicazione nel Food & Wine

Stefano Carboni della MG Logos racconta i segreti e le problematiche del difficile mestiere del comunicatore con un saggio dedicato a tutti i player del settore

In un Paese che vanta un patrimonio agroalimentare tra i più ricchi e diversificati al mondo, con oltre 800 denominazioni, centinaia di migliaia di imprese della ristorazione per un valore di diversi miliardi di euro, saper comunicare nel modo giusto un prodotto rappresenta la chiave per raccontarne il suo valore autentico. Nello scenario attuale, la comunicazione rappresenta infatti uno strumento concreto per veicolare la storia, il legame con il territorio e la qualità unica di ogni produzione così da renderla un'eccellenza accessibile e riconoscibile. Da questa consapevolezza nasce **La Comunicazione nel Food & Wine**, il nuovo libro di Stefano Carboni, comunicatore enogastronomico della Mg Logos, pubblicato da Agra Editrice nella collana Idee & Strumenti per il Marketing. Il volume, presentato mercoledì 21 ottobre a Roma, presso la Limonaia di Villa Torlonia, si propone come una guida concreta per comprendere le dinamiche e conoscere i veri strumenti del mestiere del comunicatore.

*“Inizialmente avevo pensato a questo saggio per accompagnare i miei studenti, durante le lezioni in università e in altri contesti, alla scoperta di un settore tanto affascinante quanto complesso - racconta **Stefano Carboni, docente universitario e comunicatore dell'agroalimentare** - Scrivendolo però, mi sono reso conto che poteva rivolgersi a una platea molto più ampia diventando uno strumento utile tanto per chi vuole fare il comunicatore quanto per chi vuole essere comunicato. Ho voluto condividere, dal punto di vista di un insider, quelli che sono i rapporti tra tutti gli attori in gioco, dall'addetto alla comunicazione, ai soggetti comunicati, fino al ruolo dei media e del pubblico, con l'obiettivo di presentare quali sono gli strumenti concreti a disposizione di un'agenzia di comunicazione per svolgere il proprio lavoro”.*

Questo volume accompagna il lettore in un viaggio tra aneddoti, retroscena, linguaggi e relazioni dentro il mondo della comunicazione esplorando il lavoro del comunicatore da dietro le quinte, seguendo il percorso che trasforma un'intuizione in una strategia strutturata. **La Comunicazione nel Food & Wine** si muove tra il rapporto con la stampa, l'organizzazione di un evento e le sfide della comunicazione contemporanea che si misurano anche sull'internazionalità e sul mondo social, con gli interventi di due importanti partner del settore come Gheusis e Aromi. Ne emerge così una visione della comunicazione come lavoro di sensibilità, metodo, intuizione e capacità di comprendere il proprio interlocutore, perché comunicare non significa semplicemente trasmettere informazioni ma riconoscere ciò che merita di essere raccontato e individuare il modo giusto per farlo.

*“Agra Editrice dedica da sempre una parte importante del proprio catalogo ai temi legati al mondo dell'agroalimentare - sottolinea **Sergio Auricchio, direttore editoriale di Agra Editrice** - Abbiamo pensato che fosse il momento di dare spazio a un volume che ponesse l'attenzione su come raccontare prodotti, imprese e territori in un mercato sempre più competitivo. Per farlo ci siamo affidati a Stefano Carboni, un professionista che da anni*



opera direttamente sul campo, unendo competenza ed esperienza pratica, mettendo a disposizione tecniche e soluzioni utili per affrontare al meglio le sfide della comunicazione enogastronomica”.

Comunicazione che nel saggio viene affrontata seguendo un percorso che racconta sia gli strumenti normalmente utilizzati da un'agenzia di comunicazione, che i rapporti che intercorrono tra i diversi player di questo complesso scacchiere.

*“Proprio per rendere quanto più completo possibile il manuale - conclude **Stefano Carboni** - ho chiesto l'aiuto di alcuni colleghi specializzati in determinati settori. In particolare il mio grazie va a **Silvia Baratta** di Gheusis che ha curato la parte dedicata ai rapporti con la stampa internazionale e a **Morgan Babsia** e **Fabio Rinaldi** di Aromi, che hanno fornito la loro expertise sul delicato tema della comunicazione social e digital.”*

Il libro è disponibile per l'acquisto presso i principali store online e direttamente sullo shop della casa editrice, [a questo link](#).

Biografia Stefano Carboni

Laureato in Giurisprudenza e Diplomato presso la scuola di Sceneggiatura Americana, giovanissimo entra nel team dell'Eura Comics come autore di graphic novel. Scrive oltre 800 sceneggiature di fotoromanzi, tradotte in oltre 20 Paesi. Nel 2015 è stato pubblicato il suo romanzo noir “Il paradosso del calabrone”. Dopo aver conseguito un master in comunicazione, si dedica professionalmente al settore agroalimentare ed enogastronomico, sia in veste di ufficio stampa che come autore di testi, moderatore di conferenze, ideatore di eventi, consulente. Docente per anni del Master del Gambero Rosso per la parte legata alla Comunicazione, attualmente, oltre a svolgere l'attività di comunicatore enogastronomico per la MG Logos, è docente di “Sociologia dei comportamenti alimentari” presso l'Università di Tor Vergata e di diversi corsi presso l'ITS di Roma.

MG LOGOS

È una società di comunicazione specializzata nell'attività di ufficio stampa che da oltre 30 anni opera nel settore agroalimentare ed enogastronomico attraverso l'ideazione di eventi comunicativi e la produzione di contenuti strategici declinati sui diversi media di riferimento. Fonda le proprie competenze sulla conoscenza delle logiche editoriali e sulla capacità di intervenire a qualunque livello nella filiera dell'informazione.

GHEUSIS

È specializzata nella comunicazione del settore vitivinicolo in Italia e all'estero. Fondata da Silvia Baratta, laureata in agraria con specializzazione in viticoltura, ha una squadra che spazia dalle competenze giornalistiche a quelle umanistiche. Segue alcune delle principali realtà italiane, consorzi di tutela, associazioni e aziende, da grandi marchi a piccole realtà, per le quali cura l'organizzazione di eventi e l'ufficio stampa in Italia e all'estero.

AROMI

Dal 2009 accompagna imprenditori, ristoratori e aziende agroalimentari nei percorsi di crescita e posizionamento. Nasce dall'idea che il food & beverage non sia solo un mercato, ma un patrimonio di cultura, impresa e identità. Il suo ruolo è aiutare chi crea valore nel gusto a leggere il contesto, definire una direzione e costruire la sua reputazione, partendo da ascolto dell'impresa, comprensione della visione aziendale e dall'analisi della sua unicità.