

Porto Cervo Wine&Food Festival: la Sardegna ospita l'evento che esalta il vino ed il cibo in una location unica

scritto da Agnese Ceschi | 12 Maggio 2025



La 14esima edizione del Porto Cervo Wine & Food Festival ha riunito oltre 3.000 visitatori, dando il via alla stagione turistica estiva in Costa Smeralda. Con una forte presenza di produttori sardi e buyer internazionali, l'evento ha messo in luce la crescente attenzione verso i vini e i prodotti tipici della Sardegna, come il Vermentino e il Cannonau, consolidando il brand Sardegna nel panorama enogastronomico internazionale.

Si è conclusa la 14esima edizione del Porto Cervo Wine & Food

Festival 2025, l'appuntamento clou legato al mondo del cibo, vino e spirits che apre la stagione turistica di Porto Cervo, organizzato dall'Hotel Cala di Volpe e il Cervo Hotel, parte della Smeralda Holding. Sono state oltre 3 mila le presenze durante i quattro giorni dell'evento, con un grande successo di pubblico e il generale apprezzamento da parte di produttori e buyers.

Porto Cervo Wine & Food Festival ha saputo accrescere la propria attrattività ed efficacia negli anni: quest'anno ha riunito un centinaio tra azienda storiche di fortissimo richiamo e new entry di prestigio italiane, con un consolidamento della presenza dei marchi sardi.

“Da 20 espositori il primo anno siamo arrivati a quasi 100 espositori in questa edizione, dei quali il 60% sono sardi, e il 40% nazionali; c'è persino qualche presenza straniera – ha spiegato **Mario Ferraro, Ceo di Smeralda Holding**.

Il Porto Cervo Wine & Food Festival è l'evento di apertura della stagione turistica estiva.

Il brand Sardegna e la location di Porto Cervo sono una garanzia di grande successo, specialmente tra il pubblico internazionale di turisti alto spendenti, ma quali sono le aspettative circa la stagione turistica alle porte anche a seguito dei grandi scossoni geopolitici degli ultimi tempi?

“La stagione turistica che sta iniziando è fantastica, negli ultimi cinque anni abbiamo vissuto una crescita esponenziale dei flussi turistici in Costa Smeralda. Quest'anno, nonostante le incertezze geopolitiche, prevediamo di chiudere la stagione con una crescita ulteriore di almeno il 15% in termini di fatturato e di presenze” ha detto Mario Ferraro.

Franco Mulas, Area manager Costa Smeralda ha aggiunto: “Il mercato americano si sta riconfermando, insieme a quelli

sudamericano, europeo e mediorientale. Tutti i mercati stanno rispondendo e la Sardegna è sempre di più una delle mete preferite. Stiamo consolidando i mercati di riferimento: Europa, Nord America, Medio Oriente e Sud America, soprattutto il brasiliano e messicano”.

Appeal del brand Sardegna nel mondo

Questo evento è un’ulteriore conferma della crescita prepotente del mondo enologico sardo, capace di proporsi stabilmente in qualsiasi rassegna internazionale grazie alla qualità dei propri prodotti. Questa edizione ha visto infatti un consolidamento della presenza dei marchi sardi (per il vino e gli spirits circa il 50% provenienti da ogni parte dell’Isola). Alessandro Pedini, responsabile commerciale di **Surrau**, ci ha confermato che il territorio sardo, in particolare il nord dell’isola, si sta risvegliando con l’arrivo della bella stagione ed i vini di quest’area stanno performando in modo positivo.

“La Sardegna ha due elementi di appeal: il Vermentino ed il Cannonau. Se il Cannonau è una presenza storica all'estero, il Vermentino è la novità. Un vino in grado di rispondere alle nuove tendenze di consumo del mercato, che sa essere contemporaneo e piacevole allo stesso tempo. Il Cannonau, invece, ha sempre avuto un’immagine di vino maschile, oggi invece si sta puntando ad uno stile trasversale, speziato e fresco” ha spiegato Pedini. Antonio Castelli, produttore di mirto (**Mirto Sannai**), ha raccontato come questo sia un evento importante per i prodotti sardi. “Mi piacerebbe che questo festival diventasse un punto di riferimento per i prodotti sardi per il mercato internazionale. Per noi sardi il Porto Cervo Wine&Food Festiva offre una duplice possibilità: consolidare le relazioni con il mercato locale e aprire una finestra a livello internazionale”.

Carla Cualbu di **Canu** ha messo in risalto l’importanza di una visione a più ampio spettro sulla Sardegna enoturistica:

“Spesso la Sardegna è venduta solo come mare e spiagge. Invece abbiamo un entroterra che offre panorami stupendi e strutture ricettive come la nostra, un antico *Stazzu* Gallurese, insediamento rurale tipico portato dai Corsi, che è stato il terzo agriturismo nel nord della Sardegna”.



Buyer internazionali e la ricerca di qualcosa di nuovo

Una buona compagnia di buyer internazionali era presente al Porto Cervo Wine&Food Festival. “I vini sardi sono conosciuti in Germania grazie anche ai ristoratori sardi, che insieme a quelli calabresi, sono a mio avviso i più fedeli al loro territorio in terra straniera. La ristorazione in Germania è un importante volano per l’immagine del Belpaese , ma è molto cambiata negli ultimi anni” ha detto **Nino Consiglio**, buyer tedesco.

Michele Cortese, buyer dell’azienda inglese *Wanderlust*, ci ha

spiegato che è venuto a Porto Cervo “per ampliare il portfolio italiano, con focus sui vini sardi. Sono vini che stanno avendo un buon appeal nel mercato del Regno Unito”.

“Partecipo per la seconda volta a questo evento. La nostra azienda con sede a Colonia importa vini in Germania da 34 anni, ma fino ad oggi non abbiamo mai avuto vini sardi. Sono qui per cercare un ottimo vino sardo” ha raccontato **Beatrice Lorenz**, buyer tedesca.

Spazio anche per le aziende non sarde

Tra le aziende presenti all’evento anche quelle non sarde hanno avuto un buon riconoscimento. Roberta Bianchi di **Villa Franciacorta** ci ha spiegato: “Per noi questo evento è una conferma, che arriva a seguito di anni di preparazione naturalmente. Questo è un punto di incontro con i nostri partner, che unisce un certo tipo di clientela e devo dire che il passa parola e la rete è per noi determinante in questi contesti: clienti portano altri clienti”.

Alberto Giannotti, titolare di **Diadema**, ha partecipato per la prima volta. “La Sardegna ed in particolare la Costa Smeralda ci affascinano molto. Per questo siamo qui per il primo anno per trovare collaborazioni in questo bellissimo territorio. La nostra linea primaria con cristalli Swarovsky® colpisce un certo tipo di clientela”.

Infine, il legame con Porto Cervo è intrinseco all’azienda piemontese **Amistà**. “L’imprenditore torinese Michele Marsiaj, fondatore del brand, frequenta questo territorio dai primi anni Settanta e credo che la bellezza di questa zona sia anche fonte di ispirazione per l’idea di benessere che vogliamo trasmettere attraverso i nostri prodotti” ha detto spiega Paolo Tondat, responsabile marketing di Amistà. “Lo stesso nome Amistà racconta la condivisione e l’amore per le cose belle. Inoltre, l’idea di portare il nostro Vermouth in mixology è stata protagonista quest’anno con un evento fuori

fiera in orario di aperitivo attraverso la creazione di cocktails che sono stati molto apprezzati dal pubblico e dagli esperti".

Punti chiave:

- **Crescita del Porto Cervo Wine & Food Festival:** L'evento ha visto la partecipazione di oltre 3.000 persone e la presenza di quasi 100 espositori, il 60% dei quali sardi.
- **Focus sul turismo e mercati internazionali:** La Sardegna sta riscontrando una forte crescita nei flussi turistici, con un incremento previsto del 15% in fatturato e presenze.
- **Esposizione dei vini sardi:** I vini sardi, come il Vermentino e il Cannonau, hanno guadagnato crescente visibilità, attirando l'attenzione dei buyer internazionali, specialmente da Germania, Regno Unito e Stati Uniti.
- **Collaborazioni internazionali:** Diverse aziende, sarde e non, hanno partecipato all'evento per stringere relazioni e espandere la loro presenza nei mercati globali.
- **Sostenibilità e enoturismo:** La Sardegna sta promuovendo non solo il mare ma anche l'entroterra, con un'attenzione crescente verso l'enoturismo e la sostenibilità dei propri prodotti.