Italian Taste Summit 2024: punto di riferimento per l’internazionalizzazione del vino italiano

scritto da Emanuele Fiorio | 23 Gennaio 2024



Il mondo del vino italiano si prepara ad accogliere l’ottava edizione dell’Italian Taste Summit, evento capace di **connettere una selezione di aziende vitivinicole italiane con decine di buyers e operatori del settore** provenienti da tutto il mondo. Italian Taste Summit ha generato negli anni circa 4 mln di fatturato, oltre 220 trattative in sede e oltre 600 trattative di export dopo ciascuna edizione.

Nel suggestivo scenario della **Reggia di Monza dal 5 al 7 febbraio 2024**, l’iniziativa vedrà la partecipazione di buyer provenienti da tutto il mondo ed una selezione di 80 aziende vitivinicole italiane. L’evento si distingue per la **formula “one-to-one meeting” che ha riscosso successo nelle edizioni precedenti**, facilitando incontri su misura tra produttori e

acquirenti.

Una partnership strategica con l’Accademia Italiana della Vite e del Vino

In questa edizione, l’Italian Taste Summit abbraccia un **nuovo progetto denominato “Wine Performance,” nato dalla collaborazione con l’**Accademia Italiana della Vite e del Vino (AIVV). Questa sinergia ha l’obiettivo di offrire un approccio innovativo all’aggiornamento continuo delle imprese vitivinicole, consolidando la **reputazione dell’evento come punto di riferimento per l’internazionalizzazione su misura del vino italiano.**

Joanna Miro, fondatrice e guida dell’Italian Taste Summit, sottolinea l’importanza di unire l’approccio “human to human” con il prestigio della AIVV. La nuova partnership si concretizzerà attraverso **seminari formativi e consulenze offerte da Wine Performance, la fucina di formazione tecnica di proprietà dell’ITS.**

Wine Performance: seminari di aggiornamento per il settore vitivinicolo

I seminari, aperti a tutti gli attori della filiera, si concentreranno su **tematiche cruciali, dall’innovazione in viticoltura ed enologia alla gestione aziendale, dalla legislazione e fiscalità di settore al neuroselling.** La **possibilità di partecipare anche da remoto** rende l’aggiornamento accessibile a un pubblico ampio, garantendo la diffusione delle nuove conoscenze a tutte le figure coinvolte nell’industria vinicola.

Neuroselling: la chiave del successo commerciale

Un focus particolare sarà dedicato al **neuroselling, con il professor Vincenzo Russo, esperto di neuromarketing alla IULM**, che illustrerà l’importanza della dimensione “brain to brain” nel contesto delle relazioni commerciali. L’applicazione delle conoscenze di neuromarketing e neuroselling permetterà agli operatori di diventare più efficaci ed efficienti, superando le conoscenze obsolete e adottando strategie orientate alle nuove dinamiche di mercato.