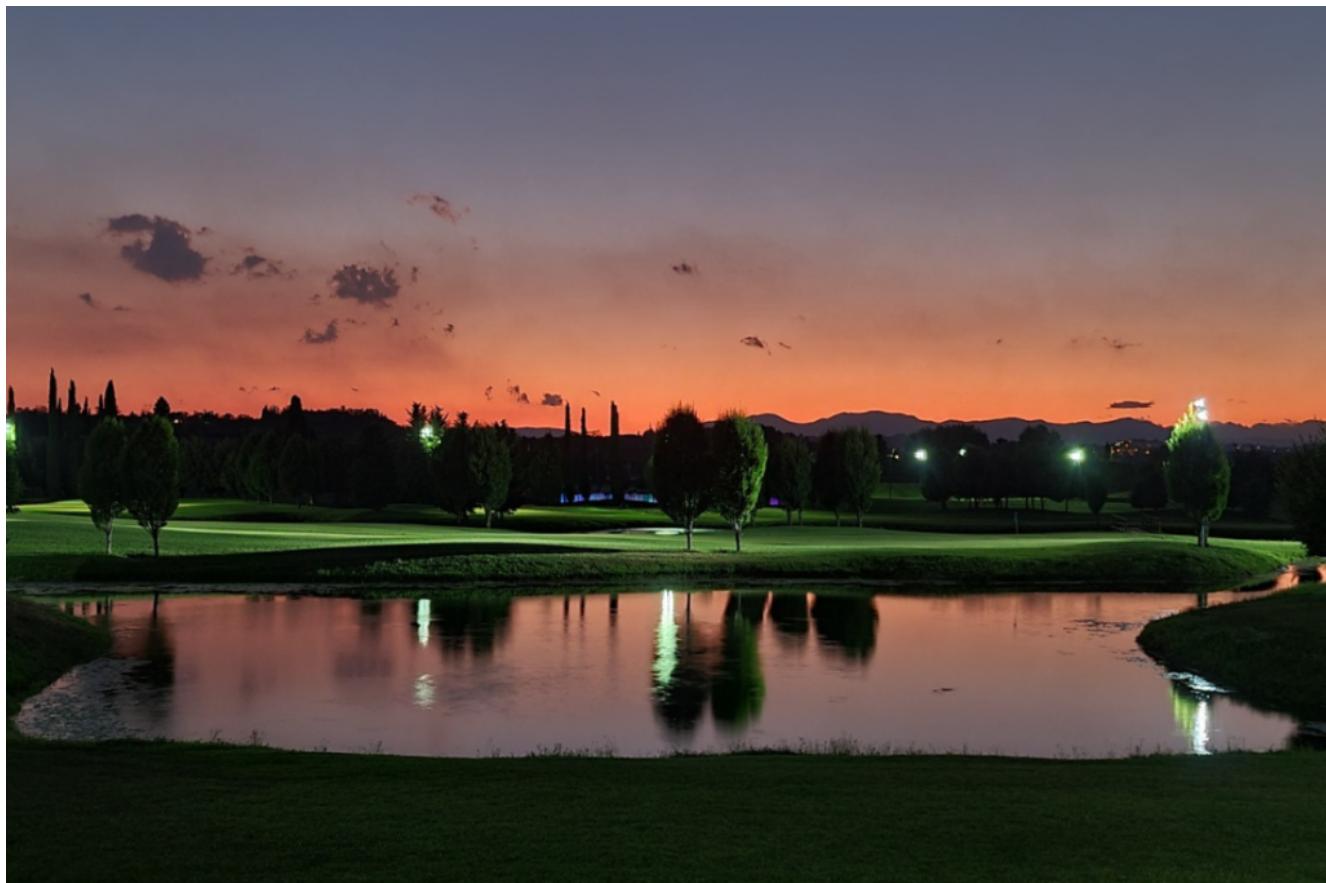


Italian Taste Summit 2025: il futuro del vino italiano tra strategie e nuove opportunità di mercato

scritto da Redazione Spirits Meridian | 7 Febbraio 2025



L'Italian Taste Summit 2025 si è chiuso con un bilancio positivo per il vino italiano. Buyer, produttori e media hanno discusso di enoturismo, export e innovazione. Joanna Miro ha sottolineato l'importanza della vendita diretta e della strategia aziendale per affrontare le sfide del mercato globale, con focus sulle nuove tendenze e opportunità di crescita.

La nona edizione dell'Italian Taste Summit (ITS), andata in scena lunedì 3 e martedì 4 febbraio 2025, presso Borgo Machetto Country Club & Golf a Desenzano sul Lago di Garda, si

chiude con un bilancio positivo sul futuro del comparto vinicolo. La due giorni internazionale riservata agli operatori del settore, che ha visto la partecipazione di 55 aziende vinicole da tutta Italia, 65 operatori tra buyer e giornalisti, ha tirato le somme su un comparto che può puntare in alto, a patto che **adegui il suo approccio e riveda le sue strategie.**

Tante le opportunità di crescita per le aziende vinicole italiane che hanno preso parte a questa edizione dell'ITS, a partire dagli incontri **“one-to-one”**, dove i produttori hanno incontrato i buyer con delle pianificazioni che hanno tenuto conto degli obiettivi commerciali da raggiungere e dei cambiamenti recenti dei mercati internazionali. Clou dell'Italian Taste Summit sono state le **Masterclass riservate alla stampa italiana e internazionale** di lunedì 3 febbraio, che hanno visto protagoniste alcune selezionate aziende vinicole e Consorzi del bel paese, tra cui **Cantina della Volta, Tenuta Talamonti, Tenute Venturini Foschi e i produttori del territorio di Cocconato, ricompresi nel Consorzio Barbera d'Asti e Vini del Monferrato.**

Durante la serata, si è svolto l'esclusivo **Party & Galà**, caratterizzato da un menù pensato dagli **Chef Maria Creschini e Ilario Corbellini** per esaltare i vini di rinomate cantine, tra cui **Cantina di Casteggio, La Versa, La Marca, San Salvatore 1988 e Ronco Margherita**. Nell'atmosfera elegante di **Borgo Machetto Country Club & Golf**, antico podere del XVI secolo, con un parco di 180mila mq, il pubblico internazionale ha avuto quindi l'opportunità di immergersi nell'autentico stile di vita italiano, celebrando **l'enoturismo e l'ospitalità tipici del Made in Italy.**

E proprio l'enoturismo, oggi più che mai rappresenta per **Joanna Miro, fondatrice dell'Italian Taste Summit**, una delle chiavi fondamentali per il futuro del settore vinicolo italiano. Economista, marketer e broker, nonché titolare del marchio omonimo e CEO del gruppo Wine Global Aspect (WGA),

Joanna Miro ha saputo identificare e anticipare le evoluzioni nelle logiche di marketing e vendita, offrendo una visione strategica unica che ha permesso alle aziende vitivinicole italiane di adattarsi e prosperare nei contesti internazionali.

“Per il futuro prossimo del vino italiano, credo che sia fondamentale differenziare la provenienza dei fatturati: le grandi aziende produttrici possono avvalersi della nuova legge che permette di produrre i vini dealcolati, – spiega Joanna Miro – mentre le aziende medio-piccole possono perfezionare le procedure dell’enoturismo, massimizzando la vendita diretta il cui il margine dell’utile si attesta a oltre il 20% in più, rispetto alla vendita con intermediari, quali distribuzioni, agenzie e persino fiere. Quest’ultima strategia impone l’organizzazione di un’adeguata accoglienza, facile reperibilità on e off line, capacità di fidelizzazione con modalità semplici e dirette che sappiano trasmettere in modo autentico e coinvolgente la cultura e la storia del Made in Italy, come parte integrante e imprescindibile della nostra tradizione vitivinicola. Di questo tipo di approccio abbiamo parlato ancora dalla prima edizione di Italian Taste Summit, di “rural chic” e dell’identitarietà. All’epoca questo poteva essere un booster per la crescita, mentre oggi è diventata l’essenza per difendere e far crescere i fatturati in un’epoca di attacco multiplo al Vino. Il vino è cultura e patrimonio della nostra storia ultramillenaria senza pari”.

L’export **agroalimentare italiano**, d’altra parte, nonostante i venti di crisi globale, **continua a crescere**, seppur lentamente, con un comparto vino che si conferma protagonista assoluto del Made in Italy. A metà del 2024 (dati Ismea), le **vendite all'estero di vino e alimenti italiani hanno raggiunto i 34 miliardi di euro**, con l’obiettivo di superare i 70 miliardi entro la fine dell’anno. Questo risultato, che si distingue nettamente rispetto al calo generale delle vendite nazionali (-1,1%), sottolinea la forza e la competitività del

mercato vinicolo italiano, che continua a dominare sui mercati globali.

“Queste due strategie principali, dealcolati ed enoturismo, possono permettere di raggiungere anche le nuove generazioni e i fatturati prestabiliti da ogni azienda vinicola – prosegue Miro – La vera difficoltà odierna non proviene tanto da altre nazioni produttrici di vino, – continua – quanto dal fenomeno della mixology e dalla apparente o direttamente demagogica attenzione verso stili di vita salutari e bevande a bassa gradazione alcolica. **Definisco demagogico il salutismo perché il consumo annuo pro-capite dell'alcol solo in Italia è cresciuto da 7lt a 12lt pro-capite negli ultimi 4-5 anni.** Dunque, come ripeto da anni, l'identitarietà territoriale facente parte del nostro patrimonio culturale è la chiave di volta per ogni mutazione o cambiamento sui mercati: le mode passano, i fatti ultramillenari restano. L'importante è saper promuoversi meglio”.

A confermare questa tendenza anche l'analisi di Allianz Trade **sull'andamento globale del turismo**, con un focus dedicato al nostro Paese: l'Italia, con 57,2 milioni di visitatori internazionali, è stato, nel 2023, il 4° Paese più visitato al mondo, dopo Francia, Spagna e Stati Uniti. A sottolineare la crescita del **valore dell'enoturismo in Italia** ci sono anche i dati della ricerca di Nomisma Wine Monitor, promossa dall'Osservatorio nazionale del Turismo del Vino 2024. Oggi l'enoturismo del bel paese vale **2,9 miliardi di euro**, contro i **2,5 del 2023 (+16%)**, con una spesa media del turista del vino che arriva fino a **400 euro**.

Joanna Miro, la Elon Musk del vino

Joanna Miro, grazie alle sue costanti innovazioni è considerata la **Elon Musk del vino** e non a caso è figlia della **sindrome di Asperger**, esattamente come Musk, Steve Jobs, Einstein, Van Gogh, Darwin, Edison, Anthony Hopkins o Susanna

Tamaro e molti altri.

“Mi ricordo come nel periodo del Covid siamo riusciti a organizzare due edizioni dell’Italian Taste Summit dal vivo: tutti i colleghi del nostro ambiente hanno esultato al miracolo ma, io ripeteva che sono solo le statistiche, la capacità di leggerle e applicare le strategie basate su esse. **Oggi so di avere la stessa sindrome di Elon Musk, ovvero anche io sono una Asperger**, - prosegue Miro - diagnosi ricevuta quasi un anno fa che mi ha sconvolto, ma ha permesso di comprendere e ottimizzare molte cose. La mia iper- percezione e iper- elaborazione “fisiologica” e innata mi permette di cogliere dettagli e dinamiche più piccole, le interconnessioni invisibili ai più e di elaborarli in chiave nuova, innovativa e fuori dagli schemi tradizionali, prediligendo un approccio strategico e analitico. Mi deprimono molto quelle aziende che si rivolgono a me senza un minimo di visione aziendale e assenti dal desiderio di strutturare una strategia per i fatturati: girando il mondo come trottola non si fa uscire automaticamente il vino dalla cantina. Credo che il valore aggiunto del mio lavoro risieda proprio in questa visione operativa. È palese che anche in questo momento storico sto elaborando una virata che, accantona temporaneamente alcuni progetti già nati e si adegua alle nuove dinamiche di mercato”.

La forza del format dell’Italian Taste Summit risiede nell’**approccio altamente personalizzato**, che si adatta alle specifiche esigenze di ogni produttore, che non solo promuove il vino italiano ma lo inserisce in contesti strategici e competitivi a livello globale. Questo modello ha permesso all’Italian Taste Summit di emergere come piattaforma privilegiata per il business e il networking tra produttori, buyer e media.

Punti chiave

1. **Italian Taste Summit 2025:** focus su export, enoturismo e innovazione per il vino italiano.
2. **Buyer e produttori:** incontri one-to-one per strategie di mercato mirate.
3. **Joanna Miro:** vendita diretta e enoturismo per aumentare i margini aziendali.
4. **Export del vino:** crescita lenta ma costante, con 34 miliardi di euro nel 2024.
5. **Turismo del vino:** valore di 2,9 miliardi di euro, in aumento del 16% rispetto al 2023.