

ITALIAN TASTE SUMMIT



RASSEGNA STAMPA PRE-EVENTO

- Italia a tavola
- Wall Street Italia
- Corriere del vino
 - Affari Italiani
- Cook - Corriere della Sera
 - Turismo del Gusto
 - Storie di Cibo
- Lifestyle Made in Italy
- Modaglamour Italia
 - Beef-Italia
 - Eg News
- Cookmagazine
- World Magazine
 - L'adigetto
- Itinerari dei Sapori

APPUNTAMENTO

HOME » EVENTI » MANIFESTAZIONI

Italian Taste Summit: in Veneto si incontrano cantine d'eccellenza

L'evento si svolgerà il 13 e 14 aprile tra le Possessioni Serego Alighieri di Sant'Ambrogio di Valpolicella e Masi Tenuta Canova di Lazise. Si alterneranno momenti di confronto, conoscenza e gusto

24 marzo 2022 | 16:26      

Italian Taste Summit, evento dedicato al mondo del vino, si svolgerà il 13 e 14 aprile tra le Possessioni Serego Alighieri di Sant'Ambrogio di Valpolicella (Vr) e Masi Tenuta Canova di Lazise (Vr).



Joanna Miro

Italian Taste Summit: il vino in tutte le sue forme

Si tratta di un appuntamento nato nel 2019 grazie a una "donna del vino" appassionata di made in Italy, Joanna Miro, per valorizzare e aumentare la percezione del brand di cantine d'eccellenza, diverse per provenienza geografica e dimensioni ma accomunate dal profondo legame con il proprio terroir e le sue tradizioni – vitivinicole e non solo.

Un obiettivo che si concretizza mettendo **le cantine in contatto con una selezione di buyer internazionali** con cui possono fissare un calendario di appuntamenti disegnato sulle rispettive esigenze. Non solo però. Italian Taste Summit ha anche lo scopo di fornire **nuovi spunti di riflessione su tematiche che spaziano dall'enologia al marketing**, nell'ottica dell'innovazione e di una conoscenza sempre più indispensabile per essere competitivi sul mercato globale.

Enologia e neuromarketing

L'evento si aprirà il 13 mattina con il Summit **"Enologia e Neuroselling: dalla scienza moderna le nuove vie per la qualità della tipicità territoriale e della sua promo in Export"**, che svelerà i componenti del terroir che generano davvero l'identità di un vino e le tecniche di vendita e comunicazione basate sulle ultime ricerche in campo neuroscientifico.

Ad approfondire queste tematiche saranno due tra i maggiori esperti di Enologia e di Neuromarketing e Neuroselling, i Professori **Maurizio Ugliano** e **Vincenzo Russo**. Il primo, docente di **Tecnologie e processi enologici e Wine Identity and Typicality** presso l'Università degli Studi di Verona, racconterà e dimostrerà dal vivo gli ultimi sviluppi della ricerca riguardanti diversi aspetti legati all'espressione delle caratteristiche di identità, tipicità e terroir di un vino.

Pranzo di gala con Giacomo Sacchetto

Il pranzo di gala sarà firmato dal giovane Giacomo Sacchetto, cresciuto nelle cucine di **Norbert Niederkofler** e **Giancarlo Perbellini** e ora alla guida del suo **La Cru di Grezzana**, a una ventina di chilometri da Verona, dove dà vita a una cucina che definisce «ricercata, territoriale, concreta». Amore e rispetto per il territorio e per i suoi prodotti l'hanno portato ad ottenere accanto alla classica **stella Michelin** anche una **stella verde**, assegnata ai locali che si distinguono per l'attenzione alla sostenibilità.

<https://www.italiaatavola.net/eventi/manifestazioni/italian-taste-summit-in-veneto-si-incontrano-cantine-d-eccellenza/85234/>

I PRIMI MESI DEL 2022 REGALANO GRANDI STORIE

SOSTENIBILITÀ È DONNA

Nel wine&food si intrecciano i 4 sapori chiave dello sviluppo sostenibile: E, S, G ed economico

DI FABRIZIO GUIDONI

Si scrive sostenibilità, si legge donna. Anche e soprattutto nel settore agroalimentare e del wine&food, dove forse più di tutti si intrecciano i quattro sapori fondamentali dello sviluppo sostenibile: ambientale, sociale, di governance e economico. Molte sono le storie virtuose messe in evidenza in occasione della festa della donna dell'8 marzo ma ancora più negli ultimi mesi (vedi anche box in pagina) dove si è fatta sempre più forte la consapevolezza delle affinità elettive tra le donne e la sostenibilità. Non è un caso che ormai si può affermare senza dubbio che "l'enoturismo è donna", come ben evidenziato dal report annuale firmato dall'impresa tecnologica Divinea, diffuso lo scorso febbraio, sull'enoturismo che aiuta le cantine a profilare i winelover e valorizzare le esperienze in cantina e le vendite direct-to-consumer. I numeri dello studio parlano chiaro. Crescono le donne che acquistano le esperienze enoturistiche in cantina. Se già nel 2020 la maggior parte delle prenotazioni risultavano arrivare da un pubblico femminile (il 54% del totale), nei



Joanna Miro
Ad Gruppo Wine Global Aspect

Main partner del prossimo Italian Taste Summit ideato da Joanna Miro è Crédit Agricole Italia, banca nata da istituti di credito locali che da 150 anni sostiene tante realtà vitivinicole



dodici mesi del 2021 i numeri sono cresciuti del 12% e testimoniano che già lo scorso anno il 66% dell'acquisto di esperienze in cantina è stato gestito da donne. L'impresa tecnologica Divinea ha sviluppato il report basandosi sull'analisi dei dati aggregati con il software Wine Suite e il portale divina.com, grazie ad un sondaggio condotto con le aziende cantine partner, come Marchesi Mazzei, Cantina Rainoldi e Cantina Cappellini.

Il legame col territorio. Impegnata sempre più nel raccontare il legame sociale e ambientale delle cantine con i propri territori al fine di aiutare le cantine stesse a una giusta e coerente comunicazione alla clientela è **Joanna Miro**, ad del Gruppo Wine Global Aspect, che organizza anche quest'anno l'*Italian Taste Summit*, l'evento b2b internazionale dedicato al mondo del vino *Made in Italy* e arrivato alla sua quinta edizione, in agenda il 13 e 14 aprile. La due giorni di incontri, seminari e degustazioni si svolgerà a pochi chilometri da Verona tra due cantine storiche del Garda e della Valpolicella, Masi Tenuta Canova e le Possessioni Sereno Alighieri. "Secondo le più recenti ricerche enologiche - spiega Joanna Miro - l'espressione del *terroir* di un vino non è presente nell'uva ma è da addebitare esclusivamente al complesso processo tecnologico-vitivinicolo condotto dalle persone. Se il prodotto è l'agire razionale non lo sono affatto i fattori alla base della sua comunicazione. Le ricerche in neuromarketing hanno

Una filosofia dell'accoglienza nel nome del benessere sostenibile

Due sorelle, Elisabetta e Arianna Guffanti, in squadra col fratello Adriano, portano avanti una filosofia di accoglienza basata sulla sostenibilità a 360° nella Tenuta de l'Annunziata (in foto). Nata dal recupero di un'antica proprietà abbandonata, si trova nel territorio di Uggiate Trevano, tra le colline che circondano il Lago e la città di Como. "Tutta la nostra offerta - spiegano i tre fratelli - è espressione di una concezione olistica del benessere che trova il massimo compimento nel rapporto uomo-natura. Nostro fiore all'occhiello è il bosco bioenergetico che si estende attorno al relais per tredici ettari, un vero e proprio parco del benessere che trasforma una passeggiata nella natura in un momento terapeutico. La cucina del Quercus, il ristorante interno, è improntata su ingredienti stagionali e materie prime provenienti dalle nostre farm e dal nostro orto: utilizziamo solo i prodotti che la natura, le stagioni e il territorio ci donano. Anche la cantina valorizza le produzioni locali: alcune etichette sono prodotte da noi in due ettari di vigneti sui Colli Piacentini. Abbiamo un apiario e utilizziamo le erbe spontanee del bosco per tisane, cosmetici e la linea di cortesia nelle camere."

Nella Tenuta de l'Annunziata i fratelli Adriano, Elisabetta e Arianna Guffanti portano avanti una filosofia di accoglienza basata sulla sostenibilità

di chef del calibro di Norbert Niederkofler e Giancarlo Perbellini e ora alla guida del suo La Cru di Grezzana, a una ventina di chilometri da Verona, dove dà vita una cucina che definisce "ricercata, territoriale, concreta". Come spiegato nella presentazione dell'evento, "la sua filosofia, in linea con i valori di Italian Taste Summit, è basata sull'amore e rispetto per il territorio e per i suoi prodotti gli è valsa, accanto alla classica stella Michelin, anche una stella verde, assegnata ai locali che si distinguono per l'attenzione alla sostenibilità".

Sul fronte della sostenibilità economica del settore wine&food, un segnale incoraggiante arriva dal fatto che main partner del Summit sarà Crédit Agricole Italia, banca che ha origine da istituti di credito locali che da 150 anni sostiene tante realtà vitivinicole, grazie alla vocazione territoriale, alla vicinanza alle esigenze delle imprese del settore agroalimentare e alla volontà di supportare il Made in Italy e su suoi prodotti d'eccellenza.

dimostrato che l'85% delle nostre decisioni d'acquisto sono subconscie, dettate dal cervello primitivo, rettile, e dalle nostre emozioni. Un'azienda vitivinicola deve essere quindi in grado di avvalersi delle tecniche di neuroselling, di utilizzare in modo consapevole i canali sensitivi per comunicare i vantaggi del prodotto quale la soluzione al 'problema' del consumatore".

Oltre cinquanta case vitivinicole italiane e altrettanti buyer provenienti da tutto il mondo parteciperanno all'appuntamento ideato per valorizzare e aumentare la percezione del brand di cantine d'eccellenza, diverse per provenienza geografica e dimensioni ma accomunate dal profondo legame con il proprio terroir e le sue tradizioni.

"La precedente edizione di Italian Taste Summit - precisa l'ad del Gruppo Wine Global Aspect - ha trattato l'Experience Design, la creazione dei percorsi esperienziali dedicati ai consumatori. Una tendenza accelerata dalla pandemia e indispensabile nell'era post Covid, dove il cliente diviene parte integrante dell'azienda stessa. Quali fattori però troviamo alla base di questo processo? Il prodotto e la sua comunicazione. Che infatti sono i due punti focali, strettamente connessi l'uno all'altro, dell'edizione 2022".

Tra gli eventi cardine del summit dedicato al vino sul lago di Garda, spicca il Bubble Party Gala, naturalmente accompagnato da bollicine, firmato dal giovane Giacomo Sacchetto, cresciuto nelle cucine

L'impegno per i vitigni autoctoni di Germana Ciccotti

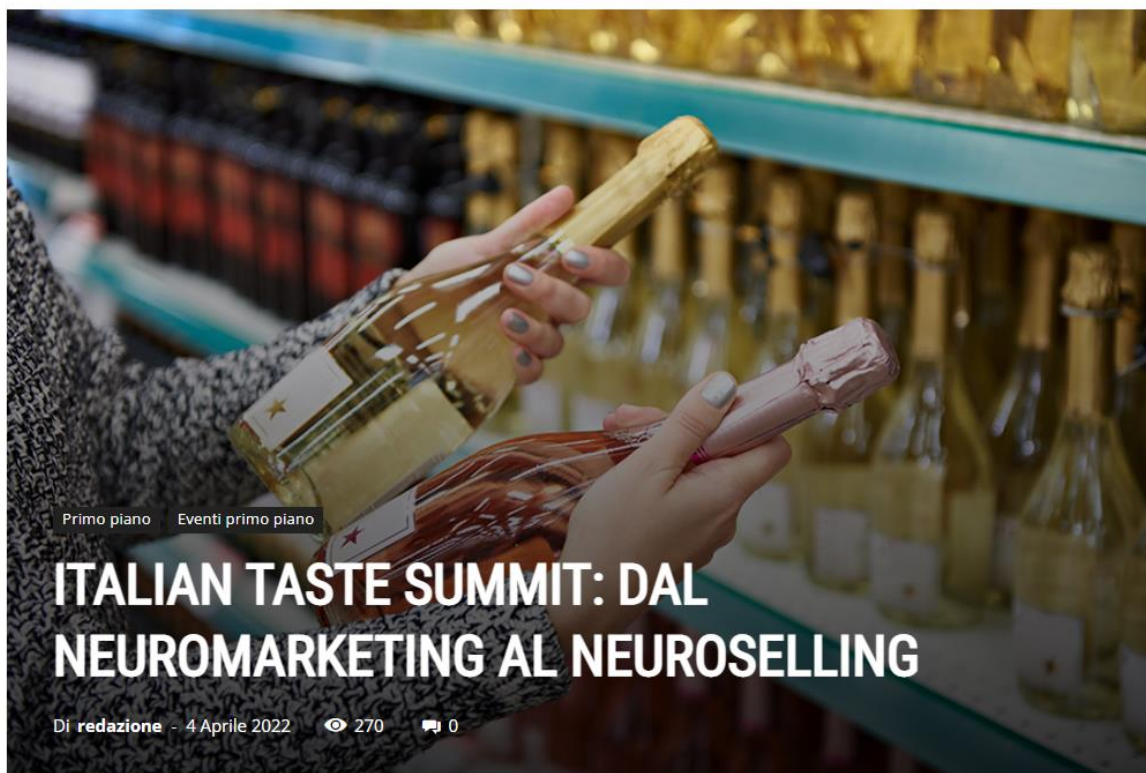
Germana Ciccotti dell'Azienda Agricola Luigi Boveri è un esempio di impegno virtuoso per lo sviluppo sostenibile del territorio fatto, gomito a gomito col marito, tramite la salvaguardia e la cura dei vitigni

autoctoni, nel suo caso quelli tipici dei Colli Tortonesi: "Lavoro nell'azienda di famiglia, fondata da mio marito Luigi Boveri, da oltre 30 anni. Sono orgogliosa di essere la moglie di un contadino, perché se c'è un atto onesto e altamente rivoluzionario, che può fare un vignaiolo è "fare politica" attraverso la produzione di ottimi vini, che sappiano raccontare e promuovere un territorio. Anche per questo amiamo valorizzare i vitigni autoctoni dei Colli Tortonesi, come il Timorasso e la Barbera, che raccontano ciò che di unico può dare questo territorio".



Germana Ciccotti
Az. agr. Luigi Boveri

Home > Primo piano > Eventi primo piano > Italian Taste Summit: dal neuromarketing al neuroselling



Andrà in scena il 13 e 14 aprile la quinta edizione di **Italian Taste Summit**, l'evento b2b internazionale dedicato al **mondo del vino Made in Italy**. La due giorni di incontri, seminari e degustazioni si svolgerà a pochi chilometri da Verona tra due cantine storiche del Garda e della Valpolicella, **Masi Tenuta Canova** e le **Possessioni Serego Alghieri**.

L'evento si aprirà il 13 mattina con il Summit **"Enologia e Neuroselling: dalla scienza moderna le nuove vie per la qualità della tipicità territoriale e della sua promo in Export"**, che svelerà i componenti del terroir che generano davvero l'identità di un vino e le tecniche di vendita e comunicazione basate sulle ultime ricerche in campo neuroscientifico.



Joanna Miro

"La precedente edizione di Italian Taste Summit ha trattato l'Experience Design, la creazione dei percorsi esperienziali dedicati ai consumatori. Una tendenza accelerata dalla pandemia e indispensabile nell'era post Covid, dove il cliente diviene parte integrante dell'azienda stessa.

*Quali fattori però troviamo alla base di questo processo? **Il prodotto e la sua comunicazione.** Che infatti sono i due punti focali, strettamente connessi l'uno all'altro, dell'edizione 2022 – racconta **Joanna Miro**, AD del **Gruppo Wine Global Aspect** e organizzatrice dell'evento -.*

Secondo le più recenti ricerche enologiche l'espressione del terroir di un vino non è presente nell'uva ma è da addebitare esclusivamente al complesso processo tecnologico-vitivinicolo condotto dall'uomo. Se il prodotto è l'agire razionale non lo sono affatto i fattori alla base della sua comunicazione.

*Le ricerche in **neuromarketing** hanno dimostrato che l'85% delle nostre decisioni d'acquisto sono subconscie, dettate dal cervello primitivo (rettile) e dalle nostre emozioni. Un'azienda vitivinicola deve essere quindi in grado di avvalersi delle tecniche di neuroselling, di utilizzare in modo consapevole i canali sensitivi per comunicare i vantaggi del prodotto quale la soluzione al 'problema' del consumatore. E alla luce di questi rivoluzionarie scoperte scientifiche si porrebbe una domanda spontanea: ad oggi, quanto possono essere valide le classiche schede tecniche che inviamo ai buyer e ai consumatori?".*



Neuromarketing e Neuroselling

Ad approfondire queste tematiche saranno due tra i maggiori esperti di Enologia e di Neuromarketing e Neuroselling, i Professori **Maurizio Ugliano e Vincenzo Russo**. Il primo, docente di **Tecnologie e processi enologici e Wine Identity and Typicality** presso l'**Università degli Studi di Verona**, racconterà e dimostrerà dal vivo gli ultimi sviluppi della ricerca riguardanti diversi aspetti legati all'espressione delle caratteristiche di identità, tipicità e terroir di un vino. *"Ci sono ancora tanti **miti da sfatare** – anticipa Ugliano, – in particolare sul ruolo dei lieviti e della tecnologia in cantina. E di contro non viene dato il giusto peso alle componenti legate alle pratiche vinicole e alle scelte dell'enologo"*.

*"Oggi il neuromarketing da una parte e le tecniche di neuroselling dall'altro permettono di 'raffinare' la comunicazione e rendere più persuasivo il messaggio. Partendo da un'analisi più approfondita degli stimoli in grado di attivare la parte più emotiva del cervello, durante l'incontro verranno presentate le principali **soluzioni di neuroselling e di tecniche di vendita** secondo i più recenti modelli neuroscientifici della contrattazione – spiega Vincenzo Russo, docente di **Neuromarketing all'università IULM di Milano** -. Il Summit sarà un'occasione per conoscere approfonditamente le migliori strategie di comunicazione e promozione di un vino"*.



Foto iItalian Taste Summit

Degna conclusione della mattinata sarà il **Bubble Party Gala**, naturalmente accompagnato da bollicine, firmato dal giovane **Giacomo Sacchetto**, cresciuto nelle cucine di chef del calibro di Norbert Niederkofler e Giancarlo Perbellini e ora alla guida del suo La Cru di Grezzana, a una ventina di chilometri da Verona, dove dà vita una cucina che definisce "ricercata, territoriale, concreta".

Oltre cinquanta **case vitivinicole italiane** e altrettanti **buyers provenienti da tutto il mondo** parteciperanno all'appuntamento nato da un'idea della "donna del vino" Joanna Miro per valorizzare e aumentare la percezione del brand di cantine d'eccellenza, diverse per provenienza geografica e dimensioni ma accomunate dal profondo legame con il proprio terroir e le sue tradizioni.

<https://corrieredelvino.it/primopiano/eventi/italian-taste-summit-dal-neuromarketing-al-neuroselling/>

Home > Costume >Vino protagonista di un talk show: dal neuroselling alle tecniche per..

COSTUME

A⁻ A⁺

Lunedì, 4 aprile 2022

Vino protagonista di un talk show: dal neuroselling alle tecniche per..

V edizione dell'ITS: La La Wine torna col suo talk show per raccontare l'identità dei vini e non solo



Dal neuromarketing del vino al neuroselling: come vendere di più

Cos'è l'identità di un **vino** e quanto corrisponde alla sua tipicità o all'espressione di un terroir. **La La Wine Magazine** torna col suo **talk show** dinamico e frizzante sui suoi canali Facebook e Youtube.

Squadra che vince non si cambia. Per il secondo anno consecutivo La La Wine Magazine sarà presente come media partner dell'**Italian Taste Summit**, l'evento **b2b** internazionale dedicato al mondo del vino made in Italy, per intervistare in diretta i protagonisti di questa quinta

edizione. Sarà un salotto aperto a tematiche tutt'altro che scontate, dove si parlerà di neuroselling, terroir, internazionalizzazione e di sostegni economici a favore delle aziende italiane.

Talk show dinamico e frizzante in diretta sui canali Facebook e YouTube di La La Wine Magazine

Per rimanere aggiornati sugli orari delle dirette basta connettersi al canale Facebook, mettere like e iscriversi al canale. Il terroir **del** vino è nella mano dell'uomo

Avevamo lasciato l'estate scorsa la quarta edizione dell'**Italian Taste Summit** con una domanda: "Ma siamo proprio certi di sapere cosa sia il terroir di un vino? E come incide sulla sua potenzialità di vendita?". Dopo quell'edizione tanto fortunata, che si era focalizzata sui temi dell'Experience Design e della creazione dei percorsi esperienziali dedicati ai consumatori, la quinta edizione dell'**ITS** tenta di rispondere proprio a quelle domande. Le date da segnarsi in agenda sono quelle di mercoledì 13 e giovedì 14 aprile, proprio a ridosso del **Vinitaly**, e a due passi da **Verona**. Si preannuncia una kermesse densa di incontri, seminari e degustazioni, che si terrà in due storiche **cantine del Garda** e della **Valpolicella**, la **Masi Tenuta Canova** e le **Possessioni Serego Alghieri**. L'evento si aprirà il 13 mattina con il **Summit "Enologia e Neuroselling: dalla scienza moderna le nuove vie per la qualità della tipicità territoriale e della sua promo in Export"**, che svelerà i componenti del terroir che generano davvero l'identità di un vino e le tecniche di vendita e comunicazione basate sulle ultime ricerche in campo neuroscientifico."

Italian Taste Summit, i temi dell'evento 2022

La precedente edizione di **Italian Taste Summit** ha trattato l'**Experience Design**, la creazione dei percorsi esperienziali dedicati ai consumatori. Una tendenza accelerata dalla pandemia e indispensabile nell'era **post Covid**, dove il cliente diviene parte integrante dell'azienda stessa. Quali fattori però troviamo alla base di questo processo? Il prodotto e la sua comunicazione. Che infatti sono i due punti focali, strettamente connessi l'uno all'altro, dell'edizione 2022 - racconta **Joanna Miro, AD del Gruppo Wine Global Aspect** e organizzatrice dell'evento -. Secondo le più recenti ricerche enologiche l'espressione del terroir di un vino non è presente nell'uva ma è da addebitare esclusivamente al complesso processo tecnologico-vitivinicolo condotto dall'uomo. Se il prodotto è l'agire razionale non lo sono affatto i fattori alla base della sua comunicazione. Le ricerche in neuromarketing hanno dimostrato che l'85% delle nostre decisioni d'acquisto sono subconscie, dettate dal cervello primitivo (rettile) e dalle nostre emozioni. Un'azienda vitivinicola deve essere quindi in grado di avvalersi delle tecniche di neuroselling, di utilizzare in modo consapevole i canali sensitivi per comunicare i vantaggi del prodotto quale la soluzione al 'problema' del consumatore. E alla luce di questi rivoluzionarie scoperte scientifiche si porrebbe una domanda spontanea: ad oggi, quanto possono essere valide le classiche schede tecniche che inviamo ai buyer e ai consumatori?"

Italian Taste Summit 2022, protagonisti Maurizio Ugliano e Vincenzo Russo

Ad approfondire queste tematiche saranno due tra i maggiori esperti di **Enologia** e di **Neuromarketing** e **Neuroselling**, i Professori **Maurizio Ugliano** e **Vincenzo Russo**. Il primo, docente di Tecnologie e processi enologici e **Wine Identity and Typicality** presso l'**Università degli Studi di Verona**, racconterà e dimostrerà dal vivo gli ultimi sviluppi della ricerca riguardanti diversi aspetti legati all'espressione delle caratteristiche di identità, tipicità e terroir di un vino. "Ci sono ancora tanti miti da sfatare - anticipa Ugliano, - in particolare sul ruolo dei lieviti e della tecnologia in cantina. E di contro non viene dato il giusto peso alle componenti legate alle pratiche vinicole e alle scelte dell'enologo".

Vino tra neuromarketing e neuroselling

"Oggi il **neuromarketing** da una parte e le tecniche di **neuroselling** dall'altro permettono di 'raffinare' la comunicazione e rendere più persuasivo il messaggio. Partendo da un'analisi più approfondita degli stimoli in grado di attivare la parte più emotiva del cervello, durante l'incontro verranno presentate le principali soluzioni di neuroselling e di tecniche di vendita secondo i più recenti modelli neuroscientifici della contrattazione - spiega **Vincenzo Russo**, docente di Neuromarketing all'università IULM di Milano -. Il Summit sarà un'occasione per conoscere approfonditamente le migliori strategie di comunicazione e promozione di un vino"

Bubble Party Gala

Degna conclusione della mattinata sarà il **Bubble Party Gala**, naturalmente accompagnato da bollicine, firmato dal giovane **Giacomo Sacchetto**, cresciuto nelle cucine di chef del calibro di Norbert Niederkofler e Giancarlo Perbellini e ora alla guida del suo **La Cru di Grezzana**, a una ventina di chilometri da Verona, dove dà vita una cucina che definisce “ricercata, territoriale, concreta”. La sua filosofia, in linea con i valori di Italian Taste Summit, è basata sull’amore e rispetto per il territorio e per i suoi prodotti gli è valsa, accanto alla classica stella Michelin, anche una stella verde, assegnata ai locali che si distinguono per l’attenzione alla sostenibilità. Oltre cinquanta case vitivinicole italiane e altrettanti buyers provenienti da tutto il mondo parteciperanno all’appuntamento nato da un’idea della “**donna del vino**” **Joanna Miro** per valorizzare e aumentare la percezione del brand di cantine d’eccellenza, diverse per provenienza geografica e dimensioni ma accomunate dal profondo legame con il proprio terroir e le sue tradizioni. Anche quest’anno l’evento sarà il punto di incontro e di confronto degli addetti ai lavori, con un approccio a tutto tondo, nell’ottica dell’innovazione e di una conoscenza a 360 gradi, sempre più indispensabile per essere competitivi sul mercato globale. Accanto a produttori, responsabili degli acquisti, giornalisti e critici italiani e stranieri, sommelier ed enologi ci saranno esperti di sales & marketing, politici, rappresentanti di consorzi di primaria importanza e delle associazioni nazionali di categoria.

Main partner del Summit, dicevamo, sarà appunto **Crédit Agricole FriulAdria**, una banca territoriale inserita in un gruppo internazionale che ha nei servizi al settore agri-agro uno dei principali asset strategici di sviluppo. Tramite una struttura dedicata, articolata territorialmente, composta da specialisti ed esperti, Crédit Agricole FriulAdria fornisce consulenza e finanziamenti alle filiere, in particolare a quella del vino che assorbe circa il 40% degli impieghi.

<https://www.affaritaliani.it/costume/vino-protagonista-di-un-talk-show-dal-neuroselling-alle-tecniche-per-789155.html>



EVENTI

Eventi food 2022: i migliori appuntamenti enogastronomici della stagione

di REDAZIONE COOK

Dal vino allo sport, passando per la birra e la ristorazione gourmet: le occasioni per incontrarsi sotto il segno del buon cibo non mancano. Ecco gli appuntamenti che abbiamo selezionato per voi



9 / 36



Italian Taste Summit

Esperti di enologia, ma anche responsabili sales&marketing e in generale addetti ai lavori nel campo vinicolo **si riuniranno il 13 e il 14 aprile per l'Italian Taste Summit**: due giorni nel veronese per scoprire come attraverso il neuroselling e il neuromarketing è possibile **incrementare le vendite del vino italiano**. Interverranno, per l'occasione, i professori **Maurizio Ugliano** e **Vincenzo Russo**. Il primo è docente di Tecnologie e processi enologici e Wine Identity and Typicality presso l'Università degli Studi di Verona, mentre Russo è docente di Neuromarketing all'università IULM di Milano. Saranno relatori del panel di apertura «Enologia e Neuroselling: dalla scienza moderna le nuove vie per la qualità della tipicità territoriale e della sua promo in Export», talk in cui verrà approfondito anche il legame tra vino e terroir come elemento distintivo dell'identità di un'etichetta. L'evento sarà ospitato dalle cantine **Masi Tenuta Canova** e le **Possessioni Serego Alighieri**, storiche realtà del **Garda** e della **Valpolicella**.

ITALIAN
TASTE

SUMMIT



[Home](#) / [Attualità](#)

Enologia e Neuroselling

*Dal neuromarketing del vino al neuroselling: come vendere di più
Cos'è l'identità di un vino e quanto corrisponde alla sua tipicità o
all'espressione di un terroir*



Andrà in scena il 13 e 14 aprile la quinta edizione di **Italian Taste Summit**, l'evento b2b internazionale dedicato al **mondo del vino Made in Italy**. La due giorni di incontri, seminari e degustazioni si svolgerà a pochi chilometri da Verona tra due cantine storiche del Garda e della Valpolicella, Masi Tenuta Canova e le Possessioni Serego Alighieri.

L'evento si aprirà il 13 mattina con il Summit "**Enologia e Neuroselling: dalla scienza moderna le nuove vie per la qualità della tipicità territoriale e della sua promo in Export**", che svelerà i componenti del terroir che generano davvero l'identità di un vino e le tecniche di vendita e comunicazione basate sulle ultime ricerche in campo neuroscientifico.



Vincenzo Russo

*“La precedente edizione di Italian Taste Summit ha trattato l’Experience Design, la creazione dei percorsi esperienziali dedicati ai consumatori. Una tendenza accelerata dalla pandemia e indispensabile nell’era post Covid, dove il cliente diviene parte integrante dell’azienda stessa. Quali fattori però troviamo alla base di questo processo? **Il prodotto e la sua comunicazione.** Che infatti sono i due punti focali, strettamente connessi l’uno all’altro, dell’edizione 2022 – racconta **Joanna Miro**, AD del **Gruppo Wine Global Aspect** e organizzatrice dell’evento -. Secondo le più recenti ricerche enologiche l’espressione del terroir di un vino non è presente nell’uva ma è da addebitare esclusivamente al complesso processo tecnologico-vitivinicolo condotto dall’uomo. Se il prodotto è l’agire razionale non lo sono affatto i fattori alla base della sua comunicazione. Le ricerche in neuromarketing hanno dimostrato che l’85% delle nostre decisioni d’acquisto sono subconscie, dettate dal cervello primitivo (rettile) e dalle nostre emozioni. Un’azienda vitivinicola deve essere quindi in grado di avvalersi delle tecniche di neuroselling, di utilizzare in modo consapevole i canali sensitivi per comunicare i vantaggi del prodotto quale la soluzione al ‘problema’ del consumatore. E alla luce di questi rivoluzionarie scoperte scientifiche si porrebbe una domanda spontanea: ad oggi, quanto possono essere valide le classiche schede tecniche che inviamo ai buyer e ai consumatori?”*



Maurizio Ugliano

Ad approfondire queste tematiche saranno due tra i maggiori esperti di Enologia e di Neuromarketing e Neuroselling, i Professori **Maurizio Ugliano e Vincenzo Russo**. Il primo, docente di **Tecnologie e processi enologici e Wine Identity and Typicality** presso l'**Università degli Studi di Verona**, racconterà e dimostrerà dal vivo gli ultimi sviluppi della ricerca riguardanti diversi aspetti legati all'espressione delle caratteristiche di identità, tipicità e terroir di un vino. *“Ci sono ancora tanti **miti da sfatare** – anticipa Ugliano, – in particolare sul ruolo dei lieviti e della tecnologia in cantina. E di contro non viene dato il giusto peso alle componenti legate alle pratiche vinicole e alle scelte dell'enologo”.*

*“Oggi il neuromarketing da una parte e le tecniche di neuroselling dall’altro permettono di ‘raffinare’ la comunicazione e rendere più persuasivo il messaggio. Partendo da un’analisi più approfondita degli stimoli in grado di attivare la parte più emotiva del cervello, durante l’incontro verranno presentate le principali **soluzioni di neuroselling e di tecniche di vendita** secondo i più recenti modelli neuroscientifici della contrattazione – spiega Vincenzo Russo, docente di **Neuromarketing all’università IULM di Milano** -. Il Summit sarà un’occasione per conoscere approfonditamente le migliori strategie di comunicazione e promozione di un vino”*

Degna conclusione della mattinata sarà il **Bubble Party Gala**, naturalmente accompagnato da bollicine, firmato dal giovane **Giacomo Sacchetto**, cresciuto nelle cucine di chef del calibro di Norbert Niederkofler e Giancarlo Perbellini e ora alla guida del suo La Cru di Grezzana, a una ventina di chilometri da Verona, dove dà vita a una cucina che definisce “ricercata, territoriale, concreta”. La sua filosofia, in linea con i valori di Italian Taste Summit, è basata sull’amore e rispetto per il territorio e per i suoi prodotti gli è valsa, accanto alla classica stella Michelin, anche una stella verde, assegnata ai locali che si distinguono per l’attenzione alla sostenibilità.

Oltre cinquanta **case vitivinicole italiane** e altrettanti **buyers provenienti da tutto il mondo** parteciperanno all’appuntamento nato da un’idea della “donna del vino” Joanna Miro per valorizzare e aumentare la percezione del brand di cantine d’eccellenza, diverse per provenienza geografica e dimensioni ma accomunate dal profondo legame con il proprio terroir e le sue tradizioni. Anche quest’anno l’evento sarà il punto di incontro e di confronto degli addetti ai lavori, con un approccio a tutto tondo, nell’ottica dell’innovazione e di una conoscenza a 360 gradi, sempre più indispensabile per essere competitivi sul mercato globale.

Accanto a produttori, responsabili degli acquisti, giornalisti e critici italiani e stranieri, sommelier ed enologi ci saranno esperti di sales & marketing, politici, rappresentanti di consorzi di primaria importanza e delle associazioni nazionali di categoria.

Main partner del Summit sarà **Crédit Agricole Italia**, una banca che ha origine da istituti di credito locali che da 150 anni sostiene tante realtà vitivinicole, grazie alla vocazione territoriale, alla vicinanza alle esigenze delle imprese del settore agroalimentare e alla volontà di supportare il Made in Italy e su suoi prodotti d'eccellenza.

Redazione Centrale TdG

<https://www.turismodelgusto.com/attualita/enologia-e-neuroselling/>



Storie di Cibo > Blog > Luoghi > Italian Taste Summit: imparare a vendere il vino con cervello!

ED EMOZIONE DEL VINO

Luoghi Storie

Italian Taste Summit: imparare a vendere il vino con cervello!

Nadia Toppino | 5 Aprile 2022

Andrà in scena il 13 e 14 aprile la quinta edizione di Italian Taste Summit.

L'evento b2b internazionale dedicato al mondo del vino Made in Italy e alle tematiche di neurosellinggate alle cantine.



Oltre cinquanta case vitivinicole italiane e altrettanti buyers provenienti da tutto il mondo parteciperanno all'appuntamento nato da un'idea della "donna del vino" Joanna Miro per valorizzare e aumentare la percezione del brand di cantine d'eccellenza, diverse per provenienza geografica e dimensioni ma accomunate dal profondo legame con il proprio terroir e le sue tradizioni.

La due giorni di incontri, seminari e degustazioni – affiancata per la prima volta quest'anno da Crédit Agricole FriulAdria, un partner bancario specializzato nei servizi alle filiere vitivinicole – si svolgerà a pochi chilometri da Verona, proprio nei giorni di Vinitaly.

Esattamente tra due cantine storiche del Garda e della Valpolicella, Masi Tenuta Canova e le Possessioni Serego Alighieri.

L'evento si aprirà il 13 mattina con il Summit "Enologia e Neuroselling: dalla scienza moderna le nuove vie per la qualità della tipicità territoriale e della sua promo in Export".

Verranno svelati i componenti del terroir che generano davvero l'identità di un vino e le tecniche di vendita e comunicazione basate sulle ultime ricerche in campo neuroscientifico.

Come ci racconta **Joanna Miro, AD del Gruppo Wine Global Aspect e organizzatrice dell'evento**, questa tematica è una naturale conseguenza di quella trattata nella scorsa edizione di Italian Taste Summit.

Si era parlato di Experience Design, la creazione dei percorsi esperienziali dedicati ai consumatori, una tendenza accelerata dalla pandemia e indispensabile nell'era post Covid, dove il cliente diviene parte integrante dell'azienda stessa.

E prodotto e sua comunicazione sono i due punti focali dell'edizione 2022, strettamente connessi l'uno all'altro.

Joanna ci chiarisce:



“Secondo le più recenti ricerche enologiche l' espressione del terroir di un vino non è presente nell'uva ma è da addebitare esclusivamente al complesso processo tecnologico-vitivinicolo condotto dall' uomo.

Se il prodotto è l'agire razionale non lo sono affatto i fattori alla base della sua comunicazione.

Le ricerche in neuromarketing hanno dimostrato che l' 85% delle nostre decisioni di acquisto sono subconscie, dettate dal cervello primitivo (rettile) e dalle nostre emozioni.

Un' azienda vitivinicola, al pari di altre aziende commerciali, deve essere in grado di avvalersi delle tecniche di neuroselling, di utilizzare in modo consapevole i canali sensitivi per comunicare i vantaggi del prodotto come grande soluzione al 'problema scelta e acquisto' del consumatore.

Consapevoli di questo, potrebbe essere interessante rivedere o analizzare sotto una luce diversa le classiche schede tecniche che le aziende inviano ai buyer e ai consumatori.”

Ad approfondire queste tematiche saranno due tra i maggiori esperti di Enologia e di Neuromarketing e Neuroselling:

- o il **professor Maurizio Ugliano**, docente di Tecnologie e processi enologici e Wine Identity and Typicality presso l'Università degli Studi di Verona, che racconterà e dimostrerà dal vivo gli ultimi sviluppi della ricerca sugli aspetti legati alle caratteristiche di identità, tipicità e terroir di un vino.
- o il **professor Vincenzo Russo**, docente di Neuromarketing all'università IULM di Milano, che racconterà di quanto il neuromarketing da una parte e le tecniche di neuroselling dall'altro permettano di 'raffinare' la comunicazione e rendere più persuasivo il messaggio.

Il Summit diventa così un'occasione per conoscere approfonditamente le migliori strategie di comunicazione e promozione di un vino, avendo in mano le soluzioni di neuroselling e di tecniche di vendita secondo i più recenti modelli neuroscientifici della contrattazione.

Degna conclusione della mattinata sarà il Bubble Party Gala, naturalmente accompagnato da bollicine, firmato dal giovane Giacomo Sacchetto, bi stellato (stella più stella verde) nel suo **La Cru di Grezzana**, a una ventina di chilometri da Verona.

Uno chef dalla filosofia in linea con i valori di Italian Taste Summit, basata sull'amore e rispetto per il territorio e per i suoi prodotti.

Un evento da non perdere, per imparare a vendere il vino, comunicandolo al cervello oltre che al palato!

<https://www.storiedicibo.it/italian-taste-summit-imparare-a-vendere-il-vino-con-cervello/>

LIFESTYLE

#MADEINITALY

COOLTOUR ▾

MODA

FOOD ▾

HEALTH & BEAUTY ▾

TRAVEL ▾

INTRATTENIMENTO ▾

PEOPLE

HOME&DECOR

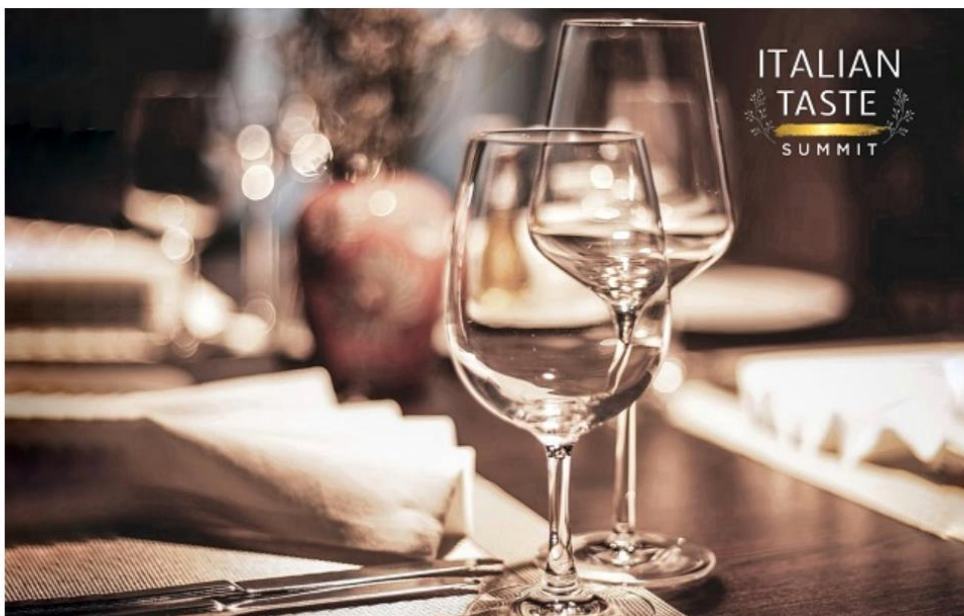
SHOPPING



Italian Taste Summit: torna La La Wine per raccontare l'identità dei vini

Di Redazione | Aprile 3rd, 2022 | Categorie: Appuntamenti | Tag: BUBBLE PARTY GALA, Enologia e Neuroselling, Italian Taste Summit, l'identità dei vini, La La Wine Magazine, neuromarketing, neuroselling, tecniche per aumentare le vendite, tecniche per comunicare e vendere il vino, "donna del vino" Joanna Miro | Commenti disabilitati

La La Wine torna col suo talk show alla V edizione di Italian Taste Summit per raccontare l'identità dei vini, il neuroselling e tutte le tecniche per comunicare e vendere di più



Squadra che vince non si cambia. Per il secondo anno consecutivo **La La Wine Magazine** sarà presente come media partner dell'**Italian Taste Summit**, l'evento b2b internazionale dedicato al mondo del vino made in Italy, per intervistare in diretta i protagonisti di questa quinta edizione. Sarà un salotto aperto a tematiche tutt'altro che scontate, dove si parlerà di neuroselling, terroir, internazionalizzazione e di sostegni economici a favore delle aziende italiane. Un talk show dinamico e frizzante in diretta sui canali Facebook e YouTube di [La La Wine Magazine](#). Per rimanere aggiornati sugli orari delle dirette basta connettersi ai social del magazine, mettere like e iscriversi ai canali.

Il terroir del vino è nella mano dell'uomo

Avevamo lasciato l'estate scorsa la quarta edizione dell'Italian Taste Summit con una domanda: "Ma siamo proprio certi di sapere cosa sia il terroir di un vino? E come incide sulla sua potenzialità di vendita?". Dopo quell'edizione tanto fortunata, che si era focalizzata sui temi dell'Experience Design e della creazione dei percorsi esperienziali dedicati ai consumatori, la quinta edizione dell'ITS tenta di rispondere proprio a quelle domande.

Le date da segnarsi in agenda sono quelle di **mercoledì 13 e giovedì 14 aprile**, proprio a ridosso del [Vinitaly](#), e a due passi da Verona. Si preannuncia una kermesse densa di incontri, seminari e degustazioni, che si terrà in due storiche cantine del Garda e della [Valpolicella](#), la Masi Tenuta Canova e le Possessioni Serego Alghieri.

L'evento si aprirà il 13 mattina con il Summit "**Enologia e Neuroselling**: dalla scienza moderna le nuove vie per la qualità della tipicità territoriale e della sua promo in Export", che svelerà i componenti del terroir che generano davvero l'identità di un vino e le tecniche di vendita e comunicazione basate sulle ultime ricerche in campo neuroscientifico.

"La precedente edizione di Italian Taste Summit ha trattato l'Experience Design, la creazione dei percorsi esperienziali dedicati ai consumatori. Una tendenza accelerata dalla pandemia e indispensabile nell'era post Covid, dove il cliente diviene parte integrante dell'azienda stessa. Quali fattori però troviamo alla base di questo processo? Il prodotto e la sua comunicazione. Che infatti sono i due punti focali, strettamente connessi l'uno all'altro, dell'edizione 2022 – racconta Joanna Miro, AD del Gruppo Wine Global Aspect e organizzatrice dell'evento -. Secondo le più recenti ricerche enologiche l'espressione del terroir di un vino non è presente nell'uva ma è da addebitare esclusivamente al complesso processo tecnologico-vitivinicolo condotto dall'uomo. Se il prodotto è l'agire razionale non lo sono affatto i fattori alla base della sua comunicazione. Le ricerche in neuromarketing hanno dimostrato che l'85% delle nostre decisioni d'acquisto sono subconsce, dettate dal cervello primitivo (rettile) e dalle nostre emozioni. Un'azienda vitivinicola deve essere quindi in grado di avvalersi delle tecniche di neuroselling,

di utilizzare in modo consapevole i canali sensitivi per comunicare i vantaggi del prodotto quale la soluzione al 'problema' del consumatore. E alla luce di questi rivoluzionarie scoperte scientifiche si porrebbe una domanda spontanea: ad oggi, quanto possono essere valide le classiche schede tecniche che inviamo ai buyer e ai consumatori?"

Ad approfondire queste tematiche saranno due tra i maggiori esperti di Enologia e di Neuromarketing e Neuroselling, i Professori Maurizio Ugliano e Vincenzo Russo. Il primo, docente di Tecnologie e processi enologici e Wine Identity and Typicality presso l'Università degli Studi di Verona, racconterà e dimostrerà dal vivo gli ultimi sviluppi della ricerca riguardanti diversi aspetti legati all'espressione delle caratteristiche di identità, tipicità e terroir di un vino. "Ci sono ancora tanti miti da sfatare – anticipa Ugliano, – in particolare sul ruolo dei lieviti e della tecnologia in cantina. E di contro non viene dato il giusto peso alle componenti legate alle pratiche vinicole e alle scelte dell'enologo".

"Oggi il neuromarketing da una parte e le tecniche di neuroselling dall'altro permettono di 'raffinare' la comunicazione e rendere più persuasivo il messaggio. Partendo da un'analisi più approfondita degli stimoli in grado di attivare la parte più emotiva del cervello, durante l'incontro verranno presentate le principali soluzioni di neuroselling e di tecniche di vendita secondo i più recenti modelli neuroscientifici della contrattazione – spiega Vincenzo Russo, docente di Neuromarketing all'università IULM di Milano -. Il Summit sarà un'occasione per conoscere approfonditamente le migliori strategie di comunicazione e promozione di un vino".

BUBBLE PARTY GALA

Degna conclusione della mattinata sarà il Bubble Party Gala, naturalmente accompagnato da bollicine, firmato dal giovane Giacomo Sacchetto, cresciuto nelle cucine di chef del calibro di Norbert Niederkofler e Giancarlo Perbellini e ora alla guida del suo La Cru di Grezzana, a una ventina di chilometri da Verona, dove dà vita una cucina che definisce "ricercata, territoriale, concreta". La sua filosofia, in linea con i valori di Italian Taste Summit, è basata sull'amore e rispetto per il territorio e per i suoi prodotti gli è valsa, accanto alla classica stella Michelin, anche una stella verde, assegnata ai locali che si distinguono per l'attenzione alla sostenibilità.

Oltre cinquanta case vitivinicole italiane e altrettanti buyers provenienti da tutto il mondo parteciperanno all'appuntamento nato da un'idea della "**donna del vino**" **Joanna Miro** per valorizzare e aumentare la percezione del brand di cantine d'eccellenza, diverse per provenienza geografica e dimensioni ma accomunate dal profondo legame con il proprio terroir e le sue tradizioni.

Anche quest'anno l'evento sarà il punto di incontro e di confronto degli addetti ai lavori, con un approccio a tutto tondo, nell'ottica dell'innovazione e di una conoscenza a 360 gradi, sempre più indispensabile per essere competitivi sul mercato globale.

Accanto a produttori, responsabili degli acquisti, giornalisti e critici italiani e stranieri, sommelier ed enologi ci saranno esperti di sales & marketing, politici, rappresentanti di consorzi di primaria importanza e delle associazioni nazionali di categoria.

Main partner del Summit, dicevamo, sarà appunto Crédit Agricole FriulAdria, una banca territoriale inserita in un gruppo internazionale che ha nei servizi al settore agri-agro uno dei principali asset strategici di sviluppo. Tramite una struttura dedicata, articolata territorialmente, composta da specialisti ed esperti, Crédit Agricole FriulAdria fornisce consulenza e finanziamenti alle filiere, in particolare a quella del vino che assorbe circa il 40% degli impieghi.

<https://lifestylemadeinitaly.it/italian-taste-summit-torna-la-la-wine-per-raccontare-lidentita-dei-vini/>

MODA GLAMOUR ITALIA



domenica 10 aprile 2022

Italian Taste Summit: L'evento Internazionale dedicato al vino "Made in Italy"

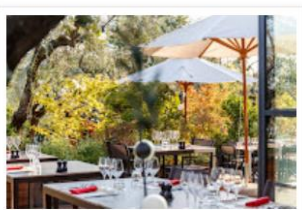


Al via l'**Italian Taste Summit** che si terrà dal 13 al 14 Aprile con seminari, incontri e degustazioni a pochi chilometri da Verona, con due storiche cantine protagoniste dell' evento: **Masi Tenuta Canova** e le **Possessioni Serego Alighieri**.

Il summit "*Enologia e Neuroselling: dalla scienza moderna le nuove vie per la qualità della tipicità territoriale e della sua promo in Export*", svelerà i componenti del territorio che generano l'identità di un vino e le tecniche di vendita e comunicazione basate sulle ultime ricerche in campo neuroscientifico. Ad approfondire queste tematiche ci saranno due tra i maggiori esperti di Enologia e di Neuromarketing e Neuroselling, i Professori **Maurizio Ugliano**, docente di Tecnologie e processi enologici e Wine Identity and Typicality presso l'Università degli Studi di Verona e **Vincenzo Russo**, docente di Neuromarketing all'università IULM di Milano.

Il Summit sarà un'occasione per conoscere approfonditamente le migliori strategie di comunicazione e promozione di un vino. Oltre cinquanta case vitivinicole Italiane e altrettanti Buyers provenienti da tutto il mondo parteciperanno all'appuntamento nato da un'idea della "*donna del vino*" **Joanna Miro** per valorizzare e aumentare la percezione del Brand di cantine d'eccellenza, diverse per provenienza geografica e dimensioni ma accomunate dal profondo legame con il proprio territorio e le sue tradizioni. Main Partner del Summit **Crédit Agricole FriulAdria**.

Per Maggiori Informazioni: www.italiantastesummit.com



Riproduzione Riservata © Moda Glamour Italia alle ore 20:00



Labels: #Wine, Crédit Agricole FriulAdria, Italian Taste Summit, Joanna Miro, Masi Tenuta Canova, Maurizio Ugliano, Possessioni Serego Alighieri, Vincenzo Russo

<http://www.modaglamouritalia.com/2022/04/italian-taste-summit-levento.html>



BEEF!

PER UOMINI CON GUSTO



Nuove vie per la qualità della tipicità territoriale

Mar 24, 2022 | Appuntamenti, Celebrities, News



Andrà in scena il 13 e 14 aprile la quinta edizione di **Italian Taste Summit**, l'evento b2b internazionale dedicato al **mondo del vino Made in Italy**. La due giorni di incontri, seminari e degustazioni si svolgerà a pochi chilometri da Verona tra due cantine storiche del Garda e della Valpolicella, Masi Tenuta Canova e le Possessioni Serego Alighieri.

L'evento si aprirà il 13 mattina con il Summit **“Enologia e Neuroselling: dalla scienza moderna le nuove vie per la qualità della tipicità territoriale e della sua promo in Export”**, che svelerà i componenti del terroir che generano davvero l'identità di un vino e le tecniche di vendita e comunicazione basate sulle ultime ricerche in campo neuroscientifico.

*“La precedente edizione di Italian Taste Summit ha trattato l'Experience Design, la creazione dei percorsi esperienziali dedicati ai consumatori. Una tendenza accelerata dalla pandemia e indispensabile nell'era post Covid, dove il cliente diviene parte integrante dell'azienda stessa. Quali fattori però troviamo alla base di questo processo? **Il prodotto e la sua comunicazione**. Che infatti sono i due punti focali, strettamente connessi l'uno all'altro, dell'edizione 2022 – racconta **Joanna Miro**, AD del **Gruppo Wine Global Aspect** e organizzatrice dell'evento -. Secondo le più recenti ricerche enologiche l'espressione del terroir di un vino non è presente nell'uva ma è da addebitare esclusivamente al complesso processo tecnologico-vitivinicolo condotto dall'uomo. Se il prodotto è l'agire razionale non lo sono affatto i fattori alla base della sua comunicazione. Le ricerche in neuromarketing hanno dimostrato che l'85% delle nostre decisioni d'acquisto sono subconscie, dettate dal cervello primitivo (rettile) e dalle nostre emozioni. Un'azienda vitivinicola deve essere quindi in grado di avvalersi delle tecniche di neuroselling, di utilizzare in modo consapevole i canali sensitivi per comunicare i vantaggi del prodotto quale la soluzione al 'problema' del consumatore. E alla luce di questi rivoluzionarie scoperte scientifiche si porrebbe una domanda spontanea: ad oggi, quanto possono essere valide le classiche schede tecniche che inviamo ai buyer e ai consumatori?”*

Ad approfondire queste tematiche saranno due tra i maggiori esperti di Enologia e di Neuromarketing e Neuroselling, i Professori **Maurizio Ugliano e Vincenzo Russo**. Il primo, docente di **Tecnologie e processi enologici e Wine Identity and Typicality** presso l'**Università degli Studi di Verona**, racconterà e dimostrerà dal vivo gli ultimi sviluppi della ricerca riguardanti diversi aspetti legati all'espressione delle caratteristiche di identità, tipicità e terroir di un vino. *“Ci sono ancora tanti **miti da sfatare** – anticipa Ugliano, – in particolare sul ruolo dei lieviti e della tecnologia in cantina. E di contro non viene dato il giusto peso alle componenti legate alle pratiche vinicole e alle scelte dell'enologo”.*

*“Oggi il neuromarketing da una parte e le tecniche di neuroselling dall'altro permettono di 'raffinare' la comunicazione e rendere più persuasivo il messaggio. Partendo da un'analisi più approfondita degli stimoli in grado di attivare la parte più emotiva del cervello, durante l'incontro verranno presentate le principali **soluzioni di neuroselling e di tecniche di vendita** secondo i più recenti modelli neuroscientifici della contrattazione – spiega Vincenzo Russo, docente di **Neuromarketing all'università IULM di Milano** -. Il Summit sarà un'occasione per conoscere approfonditamente le migliori strategie di comunicazione e promozione di un vino”*

Degna conclusione della mattinata sarà il **Bubble Party Gala**, naturalmente accompagnato da bollicine, firmato dal giovane **Giacomo Sacchetto**, cresciuto nelle cucine di chef del calibro di Norbert Niederkofler e Giancarlo Perbellini e ora alla guida del suo La Cru di Grezzana, a una ventina di chilometri da Verona, dove dà vita una cucina che definisce “ricercata, territoriale, concreta”. La sua filosofia, in linea con i valori di Italian Taste Summit, è basata sull’amore e rispetto per il territorio e per i suoi prodotti gli è valsa, accanto alla classica stella Michelin, anche una stella verde, assegnata ai locali che si distinguono per l’attenzione alla sostenibilità.

Oltre cinquanta **case vitivinicole italiane** e altrettanti **buyers provenienti da tutto il mondo** parteciperanno all’appuntamento nato da un’idea della “donna del vino” Joanna Miro per valorizzare e aumentare la percezione del brand di cantine d’eccellenza, diverse per provenienza geografica e dimensioni ma accomunate dal profondo legame con il proprio terroir e le sue tradizioni.

Anche quest’anno l’evento sarà il punto di incontro e di confronto degli addetti ai lavori, con un approccio a tutto tondo, nell’ottica dell’innovazione e di una conoscenza a 360 gradi, sempre più indispensabile per essere competitivi sul mercato globale.

Accanto a produttori, responsabili degli acquisti, giornalisti e critici italiani e stranieri, sommelier ed enologi ci saranno esperti di sales & marketing, politici, rappresentanti di consorzi di primaria importanza e delle associazioni nazionali di categoria.

Main partner del Summit sarà **Crédit Agricole Italia**, una banca che ha origine da istituti di credito locali che da 150 anni sostiene tante realtà vitivinicole, grazie alla vocazione territoriale, alla vicinanza alle esigenze delle imprese del settore agroalimentare e alla volontà di supportare il Made in Italy e su suoi prodotti d’eccellenza.

<https://www.beef-italia.it/dalla-scienza-moderna-le-nuove-vie-per-la-qualita-della-tipicita-territoriale-e-della-sua-promo-in-export/>

Home / Stile e Società

Stile e Società

Vino, territorio, tipicità

Vino, territorio, tipicità

Giuseppe Casagrande • 7 Aprile 2022 • 2 Minuti di lettura

Vino, territorio, tipicità

Sul lago di Garda e in Valpolicella ritorna "Italian Taste Summit". Si parlerà di identità di un vino e di brand.

Coinvolte oltre 50 cantine d'eccellenza, diverse per provenienza geografica e dimensioni.



Le Possessioni Sergio Alighieri degli eredi di Dante in Valpolicella

Tra la miriade di convegni, seminari, conferenze in calendario a Vinitaly spicca la quinta edizione di "Italian Taste Summit", l'evento internazionale dedicato al mondo del vino made in Italy.

Andrà in scena mercoledì 13 aprile e giovedì 14. La due giorni di incontri, seminari e degustazioni (quest'anno l'evento è affiancato per la prima volta da **Crédit Agricole FriulAdria**,

un partner bancario specializzato nei servizi alle filiere vitivinicole) si svolgerà a pochi chilometri da Verona tra due cantine storiche del Garda e della Valpolicella: la Tenuta Masi Canova a Lazise e le Possessioni Serego Alighieri a Gargagnago di Sant'Ambrogio Valpolicella.

L'evento si aprirà il 13 mattina con il Summit "Enologia e Neuroselling: dalla scienza moderna le nuove vie per la qualità della tipicità territoriale e della sua promo in Export",

che svelerà le diverse espressioni del terroir che caratterizzano l'identità di un vino e le tecniche di vendita e comunicazione basate sulle ultime ricerche in campo neuroscientifico.

In cattedra i professori Maurizio Ugliano e Vincenzo Russo



La splendida Tenuta Canova del Gruppo Masi a Lazise del Garda

Ad approfondire queste tematiche saranno due tra i maggiori esperti di Enologia e di Neuromarketing e Neuroselling, i Professori Maurizio Ugliano e Vincenzo Russo.

Il primo, docente di Tecnologie e processi enologici e Wine Identity and Typicality presso l'Università degli Studi di Verona, racconterà e dimostrerà dal vivo gli ultimi sviluppi della ricerca riguardanti diversi aspetti legati all'espressione delle caratteristiche di identità, tipicità e terroir di un vino.

"Ci sono ancora tanti miti da sfatare – anticipa Ugliano – in particolare sul ruolo dei lieviti e della tecnologia in cantina.

E di contro non viene dato il giusto peso alle componenti legate alle pratiche vinicole e alle scelte dell'enologo".

Il Bubble Gala Party sarà curato dallo chef Giacomo Sacchetto

Degna conclusione della mattinata sarà il **Bubble Gala Party**, accompagnato da bollicine, e firmato dal giovane chef Giacomo Sacchetto,

cresciuto nelle cucine di chef del calibro di Norbert Niederkofler e Giancarlo Perbellini e ora alla guida del ristorante "La Cru" di Romagnano di Grezzana,

nel cuore della Valpolicella, ad una ventina di chilometri da Verona, dove propone una cucina che definisce "ricercata, territoriale, concreta".

La sua filosofia, in linea con i valori di "Italian Taste Summit", è basata sull'amore e il rispetto per il territorio e i suoi prodotti, valori che gli sono valsi la prestigiosa stella Michelin, oltre all'altrettanto prestigiosa stella verde, assegnata ai locali che si distinguono per l'attenzione alla sostenibilità.

L'appuntamento nato dall'idea di una "Donna del Vino" Joanna Miro



Joanna Miro

Oltre cinquanta case vitivinicole italiane e altrettanti buyers provenienti da tutto il mondo parteciperanno all'appuntamento nato da un'idea della "Donna del Vino" Joanna Miro per valorizzare e aumentare la percezione del brand di cantine d'eccellenza, diverse per provenienza geografica e dimensioni ma accomunate dal profondo legame con il proprio terroir e le sue tradizioni.

Anche quest'anno l'evento sarà il punto di incontro e di confronto degli addetti ai lavori, con un approccio a tutto tondo, nell'ottica dell'innovazione e di una conoscenza a 360 gradi, sempre più indispensabile per essere competitivi sul mercato globale.

Accanto a produttori, responsabili degli acquisti, giornalisti enogastronomici, opinionisti italiani e stranieri, sommelier ed enologi ci saranno esperti di sales & marketing, politici, rappresentanti di consorzi di primaria importanza e delle associazioni nazionali di categoria. In alto i calici. Prosit.

<https://www.egnews.it/vino-territorio-tipicita/>

Home / Stile e Società

Stile e Società

Enologia e neuroselling, due giorni di Italian Taste Summit

Enologia e neuroselling, due giorni di Italian Taste Summit

 Maura Sacher · 1 Aprile 2022 · 2 Minuti di lettura

Neuroscienze applicate all'enologia.

La quinta edizione di Italian Taste Summit, l'evento b2b internazionale dedicato al mondo del vino italiano, si terrà il 13 e 14 aprile 2022 tra due Cantine storiche del Garda e della Valpolicella, **Masi Tenuta Canova** e **Possessioni Serego Alighieri**.

Organizzatore e presidente di Italian Taste Summit



è **Joanna Miro**, AD di Wine Global Aspect, realtà specializzata nella vendita export dei vini italiani, e saranno due intense giornate tra incontri, seminari e degustazioni.

L'evento si aprirà la mattina del 13 aprile con la conferenza su «Enologia e Neuroselling: dalla scienza moderna le nuove vie per la qualità della tipicità territoriale e della sua promo in Export».

All'appuntamento parteciperanno, tra gli altri,



i professori Maurizio Ugliano, docente di Tecnologie e processi enologici e Wine Identity and Typicality presso l'Università degli Studi di Verona, e Vincenzo Russo, di Neuromarketing all'università IULM di Milano.

Il fulcro dell'attenzione sarà centrato sui componenti del terroir che generano l'identità di un vino e le tecniche di vendita e comunicazione basate sulle ultime ricerche in campo neuroscientifico.

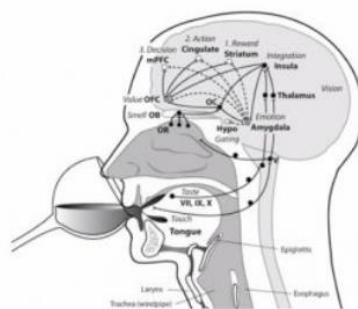
Neuroselling e neuromarketing

Saper passare dal "neuro marketing" del vino al "neuro selling" significa appropriarsi di una ulteriore marcia per vendere di più e meglio, sfruttando nuove competenze comunicative finalizzate ad entrare maggiormente in sintonia con il cliente e stabilire una relazione centrata sui suoi veri interessi.

Le ricerche in neuromarketing hanno dimostrato che l'85% delle decisioni d'acquisto sono subconscie, dettate dalle emozioni.

Il neuroselling è quella disciplina che permette di capire meglio perché funzionano alcune pratiche di vendita.

Il **neuromarketing** da una parte e le tecniche di neuroselling dall'altro permettono di raffinare la comunicazione e rendere più persuasivo il messaggio.



Il neuroselling si occupa del funzionamento del cervello e la sua relazione con il comportamento e con il processo decisionale.

Un'azienda vitivinicola deve essere quindi in grado di utilizzare in modo consapevole i canali sensitivi per comunicare i vantaggi del prodotto quale la soluzione al 'problema' del consumatore.

Joanna Miro, organizzatrice dell'evento, sostiene che secondo le più recenti ricerche enologiche l'espressione del terroir di un vino non è presente nell'uva ma è da addebitare esclusivamente al complesso processo tecnologico-vitivinicolo condotto dall'uomo.

Il prodotto e la sua comunicazione sono i due punti focali, strettamente connessi l'uno all'altro.

Il Summit sarà un'occasione per conoscere approfonditamente le migliori strategie di comunicazione e promozione di un vino.

Gli addetti ai lavori

Saranno presenti al Summit oltre cinquanta case vitivinicole italiane e altrettanti buyers provenienti da tutto il mondo.

Le aziende nazionali sono diverse per provenienza geografica e dimensioni ma accomunate dal profondo legame con il proprio terroir e le sue tradizioni.

Accanto a produttori, parteciperanno responsabili degli acquisti, giornalisti e critici italiani e stranieri, sommelier ed enologi, rappresentanti di consorzi di primaria importanza e delle associazioni nazionali di categoria.

Maura Sacher

<https://www.egnews.it/enologia-e-neuroselling-due-giorni-di-italian-taste-summit/>

neuromarketing al neuroselling, La La Wine torna con il suo talk sul vino

ITALIAN
TASTE
SUMMIT

05 Apr 2022 11:24

Squadra che vince non si cambia. Per il secondo anno consecutivo **La La Wine Magazine** sarà presente come media partner dell'**Italian Taste Summit**, l'evento b2b internazionale dedicato al **mondo del vino made in Italy**, per intervistare in diretta i protagonisti di questa quinta edizione. Sarà un salotto aperto a tematiche tutt'altro che scontate, dove si parlerà di **neuroselling, terroir, internazionalizzazione e di sostegni economici a favore delle aziende italiane**. Un **talk show** dinamico e frizzante in diretta sui canali **Facebook** e **YouTube** di La La Wine Magazine. Per rimanere aggiornati sugli orari delle dirette basta connettersi ai social del magazine, mettere like e iscriversi ai canali.

Il terroir del vino è nella mano dell'uomo

Avevamo lasciato l'estate scorsa la quarta edizione dell'Italian Taste Summit con una domanda: "Ma siamo proprio certi di sapere cosa sia il terroir di un vino? E come incide sulla sua potenzialità di vendita?". Dopo quell'edizione tanto fortunata, che si era focalizzata sui temi dell'Experience Design e della creazione dei percorsi esperienziali dedicati ai consumatori, la quinta edizione dell'ITS tenta di rispondere proprio a quelle domande.

Le date da segnarsi in agenda sono quelle di **mercoledì 13 e giovedì 14 aprile**, proprio a ridosso del Vinitaly, e a due passi da Verona. Si preannuncia una kermesse densa di incontri, seminari e degustazioni, che si terrà in due storiche cantine del Garda e della Valpolicella, la Masi Tenuta Canova e le Possessioni Serego Alighieri.

L'evento si aprirà il 13 mattina con il Summit **“Enologia e Neuroselling: dalla scienza moderna le nuove vie per la qualità della tipicità territoriale e della sua promo in Export”**, che svelerà i componenti del terroir che generano davvero l'identità di un vino e le tecniche di vendita e comunicazione basate sulle ultime ricerche in campo neuroscientifico.

*“La precedente edizione di Italian Taste Summit ha trattato l'Experience Design, la creazione dei percorsi esperienziali dedicati ai consumatori. Una tendenza accelerata dalla pandemia e indispensabile nell'era post Covid, dove il cliente diviene parte integrante dell'azienda stessa. Quali fattori però troviamo alla base di questo processo? **Il prodotto e la sua comunicazione**. Che infatti sono i due punti focali, strettamente connessi l'uno all'altro, dell'edizione 2022 – racconta **Joanna Miro**, AD del **Gruppo Wine Global Aspect** e organizzatrice dell'evento -. Secondo le più recenti ricerche enologiche l'espressione del terroir di un vino non è presente nell'uva ma è da addebitare esclusivamente al complesso processo tecnologico-vitivinicolo condotto dall'uomo. Se il prodotto è l'agire razionale non lo sono affatto i fattori alla base della sua comunicazione. Le ricerche in neuromarketing hanno dimostrato che l'85% delle nostre decisioni d'acquisto sono subconscie, dettate dal cervello primitivo (rettile) e dalle nostre emozioni. Un'azienda vitivinicola deve essere quindi in grado di avvalersi delle tecniche di neuroselling, di utilizzare in modo consapevole i canali sensitivi per comunicare i vantaggi del prodotto quale la soluzione al 'problema' del consumatore. E alla luce di questi rivoluzionarie scoperte scientifiche si porrebbe una domanda spontanea: ad oggi, quanto possono essere valide le classiche schede tecniche che inviamo ai buyer e ai consumatori?”*

Ad approfondire queste tematiche saranno due tra i maggiori esperti di Enologia e di Neuromarketing e Neuroselling, i Professori **Maurizio Ugliano e Vincenzo Russo**. Il primo, docente di **Tecnologie e processi enologici e Wine Identity and Typicality** presso l'**Università degli Studi di Verona**, racconterà e dimostrerà dal vivo gli ultimi sviluppi della ricerca riguardanti diversi aspetti legati all'espressione delle caratteristiche di identità, tipicità e terroir di un vino. *“Ci sono ancora tanti **miti da sfatare** – anticipa Ugliano, – in particolare sul ruolo dei lieviti e della tecnologia in cantina. E di contro non viene dato il giusto peso alle componenti legate alle pratiche vinicole e alle scelte dell'enologo”.*

*“Oggi il neuromarketing da una parte e le tecniche di neuroselling dall’altro permettono di ‘raffinare’ la comunicazione e rendere più persuasivo il messaggio. Partendo da un’analisi più approfondita degli stimoli in grado di attivare la parte più emotiva del cervello, durante l’incontro verranno presentate le principali **soluzioni di neuroselling e di tecniche di vendita** secondo i più recenti modelli neuroscientifici della contrattazione – spiega Vincenzo Russo, docente di **Neuromarketing all’università IULM di Milano** -. Il Summit sarà un’occasione per conoscere approfonditamente le migliori strategie di comunicazione e promozione di un vino”*

Degna conclusione della mattinata sarà il **Bubble Party Gala**, naturalmente accompagnato da bollicine, firmato dal giovane **Giacomo Sacchetto**, cresciuto nelle cucine di chef del calibro di Norbert Niederkofler e Giancarlo Perbellini e ora alla guida del suo La Cru di Grezzana, a una ventina di chilometri da Verona, dove dà vita a una cucina che definisce “ricercata, territoriale, concreta”. La sua filosofia, in linea con i valori di Italian Taste Summit, è basata sull’amore e rispetto per il territorio e per i suoi prodotti gli è valsa, accanto alla classica stella Michelin, anche una stella verde, assegnata ai locali che si distinguono per l’attenzione alla sostenibilità.

Oltre cinquanta **case vitivinicole italiane** e altrettanti **buyers provenienti da tutto il mondo** parteciperanno all’appuntamento nato da un’idea della “donna del vino” Joanna Miro per valorizzare e aumentare la percezione del brand di cantine d’eccellenza, diverse per provenienza geografica e dimensioni ma accomunate dal profondo legame con il proprio terroir e le sue tradizioni.

Anche quest’anno l’evento sarà il punto di incontro e di confronto degli addetti ai lavori, con un approccio a tutto tondo, nell’ottica dell’innovazione e di una conoscenza a 360 gradi, sempre più indispensabile per essere competitivi sul mercato globale.

Accanto a produttori, responsabili degli acquisti, giornalisti e critici italiani e stranieri, sommelier ed enologi ci saranno esperti di sales & marketing, politici, rappresentanti di consorzi di primaria importanza e delle associazioni nazionali di categoria.

Main partner del Summit, dicevamo, sarà appunto **Crédit Agricole FriulAdria**, una banca territoriale inserita in un gruppo internazionale che ha nei servizi al settore agri-agro uno dei principali asset strategici di sviluppo. Tramite una struttura dedicata, articolata territorialmente, composta da specialisti ed esperti, Crédit Agricole FriulAdria fornisce consulenza e finanziamenti alle filiere, in particolare a quella del vino che assorbe circa il 40% degli impieghi.

<https://cookmagazine.it/dal-neuromarketing-del-vino-al-neuroselling-la-la-wine-torna-con-il-suo-talk-sul-vino/>



Home > Attualità

Vino protagonista di un talk show: dal neuroselling alle tecniche per..

4 Aprile 2022



Dal neuromarketing del vino al neuroselling: come vendere di più

Cos'è l'identità di un **vino** e quanto corrisponde alla sua tipicità o all'espressione di un **terroir**. La **La Wine Magazine** torna col suo **talk show** dinamico e frizzante sui suoi canali Facebook e Youtube.

Squadra che vince non si cambia. Per il secondo anno consecutivo La La Wine Magazine sarà presente come media partner dell'**Italian Taste Summit**, l'evento **b2b** internazionale dedicato al mondo del vino made in Italy, per intervistare in diretta i protagonisti di questa quinta edizione. Sarà un salotto aperto a tematiche tutt'altro che scontate, dove si parlerà di neuroselling, terroir, internazionalizzazione e di sostegni economici a favore delle aziende italiane.

Talk show dinamico e frizzante in diretta sui canali Facebook e YouTube di La La Wine Magazine

Per rimanere aggiornati sugli orari delle dirette basta connettersi al canale Facebook, mettere like e iscriversi al canale. Il terroir del vino è nella mano dell'uomo

Avevamo lasciato l'estate scorsa la quarta edizione dell'**Italian Taste Summit** con una domanda: "Ma siamo proprio certi di sapere cosa sia il terroir di un vino? E come incide sulla sua potenzialità di vendita?". Dopo quell'edizione tanto fortunata, che si era focalizzata sui temi dell'Experience Design e della creazione dei percorsi esperienziali dedicati ai consumatori, la quinta edizione dell'**ITS** tenta di rispondere proprio a quelle domande. Le date da segnarsi in agenda sono quelle di mercoledì 13 e giovedì 14 aprile, proprio a ridosso del **Vinitaly**, e a due passi da **Verona**. Si preannuncia una kermesse densa di incontri, seminari e degustazioni, che si terrà in due storiche cantine del Garda e della Valpolicella, la Masi Tenuta Canova e le Possessioni Serego Alighieri. L'evento si aprirà il 13 mattina con il Summit "Enologia e Neuroselling: dalla scienza moderna le nuove vie per la qualità della tipicità territoriale e della sua promo in Export", che svelerà i componenti del terroir che generano davvero l'identità di un vino e le tecniche di vendita e comunicazione basate sulle ultime ricerche in campo neuroscientifico."

Italian Taste Summit, i temi dell'evento 2022

La precedente edizione di **Italian Taste Summit** ha trattato l'**Experience Design**, la creazione dei percorsi esperienziali dedicati ai consumatori. Una tendenza accelerata dalla pandemia e indispensabile nell'era **post Covid**, dove il cliente diviene parte integrante dell'azienda stessa. Quali fattori però troviamo alla base di questo processo? Il prodotto e la sua comunicazione. Che infatti sono i due punti focali, strettamente connessi l'uno all'altro, dell'edizione 2022 – racconta **Joanna Miro, AD del Gruppo Wine Global Aspect** e organizzatrice dell'evento -. Secondo le più recenti ricerche enologiche l'espressione del terroir di un vino non è presente nell'uva ma è da addebitare esclusivamente al complesso

processo tecnologico-vitivinicolo condotto dall'uomo. Se il prodotto è l'agire razionale non lo sono affatto i fattori alla base della sua comunicazione. Le ricerche in neuromarketing hanno dimostrato che l'85% delle nostre decisioni d'acquisto sono subconscie, dettate dal cervello primitivo (rettile) e dalle nostre emozioni. Un'azienda vitivinicola deve essere quindi in grado di avvalersi delle tecniche di neuroselling, di utilizzare in modo consapevole i canali sensitivi per comunicare i vantaggi del prodotto quale la soluzione al 'problema' del consumatore. E alla luce di questi rivoluzionarie scoperte scientifiche si porrebbe una domanda spontanea: ad oggi, quanto possono essere valide le classiche schede tecniche che inviamo ai buyer e ai consumatori?"

Italian Taste Summit 2022, protagonisti Maurizio Ugliano e Vincenzo Russo

Ad approfondire queste tematiche saranno due tra i maggiori esperti di **Enologia** e di **Neuromarketing** e **Neuroselling**, i Professori **Maurizio Ugliano** e **Vincenzo Russo**. Il primo, docente di Tecnologie e processi enologici e **Wine Identity and Typicality** presso l'**Università degli Studi di Verona**, racconterà e dimostrerà dal vivo gli ultimi sviluppi della ricerca riguardanti diversi aspetti legati all'espressione delle caratteristiche di identità, tipicità e terroir di un vino. "Ci sono ancora tanti miti da sfatare – anticipa Ugliano, – in particolare sul ruolo dei lieviti e della tecnologia in cantina. E di contro non viene dato il giusto peso alle componenti legate alle pratiche vinicole e alle scelte dell'enologo".

Vino tra neuromarketing e neuroselling

"Oggi il **neuromarketing** da una parte e le tecniche di **neuroselling** dall'altro permettono di 'raffinare' la comunicazione e rendere più persuasivo il messaggio. Partendo da un'analisi più approfondita degli stimoli in grado di attivare la parte più emotiva del cervello, durante l'incontro verranno presentate le principali soluzioni di neuroselling e di tecniche di vendita secondo i più recenti modelli neuroscientifici della contrattazione – spiega **Vincenzo Russo**, docente di Neuromarketing all'università IULM di Milano -. Il Summit sarà un'occasione per conoscere approfonditamente le migliori strategie di comunicazione e promozione di un vino"

Bubble Party Gala

Degna conclusione della mattinata sarà il **Bubble Party Gala**, naturalmente accompagnato da bollicine, firmato dal giovane **Giacomo Sacchetto**, cresciuto nelle cucine di chef del calibro di Norbert Niederkofler e Giancarlo Perbellini e ora alla guida del suo **La Cru di Grezzana**, a una ventina di chilometri da Verona, dove dà vita una cucina che definisce "ricercata, territoriale, concreta". La sua filosofia, in linea con i valori di Italian Taste Summit, è basata sull'amore e rispetto per il territorio e per i suoi prodotti gli è valsa, accanto alla classica stella Michelin, anche una stella verde, assegnata ai locali che si distinguono per l'attenzione alla sostenibilità. Oltre cinquanta case vitivinicole italiane e altrettanti buyers provenienti da tutto il mondo parteciperanno all'appuntamento nato da un'idea della "**donna del vino**" **Joanna Miro** per valorizzare e aumentare la percezione del brand di cantine d'eccellenza, diverse per provenienza geografica e dimensioni ma accomunate dal profondo legame con il proprio terroir e le sue tradizioni. Anche quest'anno l'evento sarà il punto di incontro e di confronto degli addetti ai lavori, con un approccio a tutto tondo, nell'ottica dell'innovazione e di una conoscenza a 360 gradi, sempre più indispensabile per essere competitivi sul mercato globale. Accanto a produttori, responsabili degli acquisti, giornalisti e critici italiani e stranieri, sommelier ed enologi ci saranno esperti di sales & marketing, politici, rappresentanti di consorzi di primaria importanza e delle associazioni nazionali di categoria.

Main partner del Summit, dicevamo, sarà appunto **Crédit Agricole FriulAdria**, una banca territoriale inserita in un gruppo internazionale che ha nei servizi al settore agri-agro uno dei principali asset strategici di sviluppo. Tramite una struttura dedicata, articolata territorialmente, composta da specialisti ed esperti, Crédit Agricole FriulAdria fornisce consulenza e finanziamenti alle filiere, in particolare a quella del vino che assorbe circa il 40% degli impieghi.

Vino, territorio, tipicità – Di Giuseppe Casagrande

06/04/2022

Nel mondo della comunicazione ci si interroga sull'identità di un vino: corrisponde alla sua tipicità o all'espressione di un terroir? Molti i miti da sfatare in cantina



Le Possessioni Sergio Alighieri degli eredi di Dante in Valpolicella.

Tra la miriade di convegni, seminari, conferenze in calendario a Vinitaly spicca la quinta edizione di «Italian Taste Summit», l'evento internazionale dedicato al mondo del vino made in Italy. Andrà in scena mercoledì 13 aprile e giovedì 14.

La due giorni di incontri, seminari e degustazioni (quest'anno l'evento è affiancato per la prima volta da Crédit Agricole FriulAdria, un partner bancario specializzato nei servizi alle filiere vitivinicole) si svolgerà a pochi chilometri da Verona tra due cantine storiche del Garda e della Valpolicella: la Tenuta Masi Canova a Lazise e le Possessioni Serego Alighieri a Gargagnago di Sant'Ambrogio Valpolicella.

L'evento si aprirà il 13 mattina con il Summit «Enologia e Neuroselling: dalla scienza moderna le nuove vie per la qualità della tipicità territoriale e della sua promo in Export», che svelerà le diverse espressioni del terroir che caratterizzano l'identità di un vino e le tecniche di vendita e comunicazione basate sulle ultime ricerche in campo neuroscientifico.



La splendida Tenuta Canova del Gruppo Masi a Lazise del Garda.

In cattedra i professori Maurizio Ugliano e Vincenzo Russo

Ad approfondire queste tematiche saranno due tra i maggiori esperti di Enologia e di Neuromarketing e Neuroselling, i Professori Maurizio Ugliano e Vincenzo Russo. Il primo, docente di Tecnologie e processi enologici e Wine Identity and Typicality presso l'Università degli Studi di Verona, racconterà e dimostrerà dal vivo gli ultimi sviluppi della ricerca riguardanti diversi aspetti legati all'espressione delle caratteristiche di identità, tipicità e terroir di un vino. «Ci sono ancora tanti miti da sfatare - anticipa Ugliano - in particolare sul ruolo dei lieviti e della tecnologia in cantina. E di contro non viene dato il giusto peso alle componenti legate alle pratiche vinicole e alle scelte dell'enologo».



Lo chef del Ristorante La Cru di Grezzana Valpolicella Giacomo Sacchetto.

Il Bubble Gala Party sarà curato dallo chef Giacomo Sacchetto

Degna conclusione della mattinata sarà il Bubble Gala Party, accompagnato da bollicine, e firmato dal giovane chef Giacomo Sacchetto, cresciuto nelle cucine di chef del calibro di Norbert Niederkofler e Giancarlo Perbellini e ora alla guida del ristorante «La Cru» di Romagnano di Grezzana, nel cuore della Valpolicella, ad una ventina di chilometri da Verona, dove propone una cucina che definisce «ricercata, territoriale, concreta». La sua filosofia, in linea con i valori di «Italian Taste Summit», è basata sull'amore e il rispetto per il territorio e i suoi prodotti, valori che gli sono valse la prestigiosa stella Michelin, oltre all'altrettanto prestigiosa stella verde, assegnata ai locali che si distinguono per l'attenzione alla sostenibilità.

L'appuntamento nato dall'idea di una «Donna del Vino» Joanna Miro

Oltre cinquanta case vitivinicole italiane e altrettanti buyers provenienti da tutto il mondo parteciperanno all'appuntamento nato da un'idea della «Donna del Vino» Joanna Miro per valorizzare e aumentare la percezione del brand di cantine d'eccellenza, diverse per provenienza geografica e dimensioni ma accomunate dal profondo legame con il proprio terroir e le sue tradizioni.

Anche quest'anno l'evento sarà il punto di incontro e di confronto degli addetti ai lavori, con un approccio a tutto tondo, nell'ottica dell'innovazione e di una conoscenza a 360 gradi, sempre più indispensabile per essere competitivi sul mercato globale.

Accanto a produttori, responsabili degli acquisti, giornalisti enogastronomici, opinionisti italiani e stranieri, sommelier ed enologi ci saranno esperti di sales & marketing, politici, rappresentanti di consorzi di primaria importanza e delle associazioni nazionali di categoria.

In alto i calici. Prosit!

Giuseppe Casagrande - g.casagrande@ladigetto.it

<https://www.ladigetto.it/rubriche/gourmet/121073-vino-territorio-tipicita.html>



LAGO DI GARDA E VALPOLICELLA: VINO, TERRITORIO E TIPICITÀ DI ITALIAN TASTE SUMMIT

di Giuseppe Casagrande



Sul lago di Garda e in Valpolicella ritorna "Italian Taste Summit". Si parlerà di identità di un vino e di brand. Coinvolte oltre 50 cantine d'eccellenza, diverse per provenienza geografica e dimensioni.

Tra la miriade di convegni, seminari, conferenze in calendario a Vinitaly spicca la quinta edizione di "Italian Taste Summit", l'evento internazionale dedicato al mondo del vino made in Italy. Andrà in scena mercoledì 13 aprile e giovedì 14. La due giorni di incontri, seminari e degustazioni (quest'anno l'evento è affiancato per la prima volta da Crédit Agricole FriulAdria, un partner bancario specializzato nei servizi alle filiere vitivinicole) si svolgerà a pochi chilometri da Verona tra due cantine storiche del Garda e della Valpolicella: la Tenuta Masi Canova a Lazise e le Possessioni Serego Alighieri a Gargagnago di Sant'Ambrogio Valpolicella. L'evento si aprirà il 13 mattina con il Summit "Enologia e Neuroselling: dalla scienza moderna le nuove vie per la qualità della tipicità territoriale e della sua promo in Export", che svelerà le diverse espressioni del terroir che caratterizzano l'identità di un vino e le tecniche di vendita e comunicazione basate sulle ultime ricerche in campo neuroscientifico.

In cattedra i professori [Maurizio Ugliano](#) e [Vincenzo Russo](#)



Ad approfondire queste tematiche saranno due tra i maggiori esperti di Enologia e di Neuromarketing e Neuroselling, i Professori Maurizio Ugliano e Vincenzo Russo. Il primo, docente di Tecnologie e processi enologici e Wine Identity and Typicality presso l'Università degli Studi di Verona, racconterà e dimostrerà dal vivo gli ultimi sviluppi della ricerca riguardanti diversi aspetti legati all'espressione delle caratteristiche di identità, tipicità e terroir di un vino. "Ci sono ancora tanti miti da sfatare - anticipa Ugliano - in particolare sul ruolo dei lieviti e della tecnologia in cantina. E di contro non viene dato il giusto peso alle componenti legate alle pratiche vinicole e alle scelte dell'enologo".

Il Bubble Gala Party sarà curato dallo chef Giacomo Sacchetto



Degna conclusione della mattinata sarà il Bubble Gala Party, accompagnato da bollicine, e firmato dal giovane chef Giacomo Sacchetto, cresciuto nelle cucine di chef del calibro di Norbert Niederkofler e Giancarlo Perbellini e ora alla guida del ristorante "La Cru" di Romagnano di Grezzana, nel cuore della Valpolicella, ad una ventina di chilometri da Verona, dove propone una cucina che definisce "ricercata, territoriale, concreta". La sua filosofia, in linea con i valori di "Italian Taste Summit", è basata sull'amore e il rispetto per il territorio e i suoi prodotti, valori che gli sono valsi la prestigiosa stella Michelin, oltre all'altrettanto prestigiosa stella verde, assegnata ai locali che si distinguono per l'attenzione alla sostenibilità.

L'appuntamento nato dall'idea di una "Donna del Vino" Joanna Miro



Oltre cinquanta case vitivinicole italiane e altrettanti buyers provenienti da tutto il mondo parteciperanno all'appuntamento nato da un'idea della "Donna del Vino" Joanna Miro per valorizzare e aumentare la percezione del brand di cantine d'eccellenza, diverse per provenienza geografica e dimensioni ma accomunate dal profondo legame con il proprio terroir e le sue tradizioni. Anche quest'anno l'evento sarà il punto di incontro e di confronto degli addetti ai lavori, con un approccio a tutto tondo, nell'ottica dell'innovazione e di una conoscenza a 360 gradi, sempre più indispensabile per essere competitivi sul mercato globale. Accanto a produttori, responsabili degli acquisti, giornalisti enogastronomici, opinionisti italiani e stranieri, sommelier ed enologi ci saranno esperti di sales & marketing, politici, rappresentanti di consorzi di primaria importanza e delle associazioni nazionali di categoria. In alto i calici. Prosit.

<http://www.itinerarideisapori.it/eventi/1220-lago-di-garda-e-valpolicella-vino,-territorio,-tipicit%C3%A0-di-italian-taste-summit>