

Videonews

**AGRIFOOD** **CRONACA**

Vino, "Best Wine Stars 2026": a Milano crescono buyer e operatori

Professionisti da 50 Paesi e 1.200 prodotti in tasting

MAG 19, 2026 **Vino**

Milano, 19 mag. (askanews) – "Best Wine Stars" chiude l'edizione 2026 con un pubblico complessivamente in linea con quello dell'anno scorso ma con un peso maggiore della componente professionale. È questo il dato che segna la settima edizione della Fiera internazionale dedicata a wine, spirits e food, andata in scena dal 16 al 18 maggio al Palazzo del Ghiaccio di Milano. Secondo quanto comunicato dagli organizzatori, gli addetti al settore hanno rappresentato il 47% delle presenze complessive. I buyer sono saliti al 21%, la stampa specializzata all'8%, mentre il pubblico lover si è fermato al 24%. Più che nei numeri assoluti, la manifestazione mostra quindi un cambio di profilo: meno sbilanciata sull'affluenza generalista, più orientata agli incontri di lavoro.

A rafforzare questa lettura c'è la provenienza degli operatori. A Milano sono arrivati buyer e professionisti da 50 Paesi, dagli Stati Uniti al Brasile, dalla Cina alla Corea del Sud, fino a Regno Unito, Francia, Germania, India, Portogallo, Svizzera, Israele, Taiwan, Tunisia, Turchia, Kenya, Libano e Filippine. "Best Wine Stars 2026 conferma la solidità di un format che negli anni ha saputo evolversi mantenendo al centro qualità, relazioni e opportunità concrete per le aziende" ha dichiarato Enzo Carbone, Ceo di Prodes Italia, spiegando che "la crescita della componente professionale, il coinvolgimento internazionale e l'interesse generato attorno ai contenuti della manifestazione dimostrano quanto oggi sia importante creare occasioni di incontro capaci di unire business, cultura del prodotto e comunicazione. Il risultato di questa edizione rappresenta per noi un punto di partenza importante per continuare a investire nello sviluppo di una piattaforma sempre più dinamica e internazionale, pensata per offrire alle aziende strumenti

Pannella, ricordo askanews-Radio radicale a 10 anni dalla scomparsa

info & imprese

 askanews
 Segui la Pagina 185.585 follower


concreti di visibilità, networking e crescita”.

Il cuore della Fiera è rimasto il walk around tasting, con oltre 1.200 prodotti in degustazione tra vini, spirits e specialità food. Attorno a questo impianto si è fatta notare anche l'Area Bronze, al primo piano del Palazzo del Ghiaccio, riservata a realtà emergenti, produzioni di nicchia e aziende provenienti da territori meno presenti nelle rassegne più grandi. E qui che si è concentrata una parte dell'interesse di operatori e stampa specializzata.

La Sala Piranesi ha ospitato il calendario di masterclass, tasting room e talk, con oltre 750 prenotazioni nelle tre giornate. Il 18 maggio si è svolto anche il confronto organizzato insieme con "Italia a Tavola" sul tema "Vino al ristorante: opportunità per tutti o pratica per il cassetto?". Ai talk hanno partecipato chef stellati, professionisti dell'hospitality e rappresentanti di importanti realtà del vino italiano, tra cui Marchesi Antinori e Consorzio Franciacorta. Un altro spazio che ha raccolto attenzione è stata la Mixology Arena, dedicata agli spirits.

Dietro la parte più visibile della manifestazione ha continuato a lavorare anche la piattaforma digitale dell'evento. Durante i tre giorni sono transitati oltre 18.900 messaggi nel sistema interno di comunicazione, insieme con una fitta attività di agenda e richieste di appuntamenti B2B. È un dato che dà la misura del lavoro di matchmaking tra aziende, buyer e stampa prima, durante e dopo la Fiera.

La cerimonia dei "Best Wine Stars Awards" ha assegnato 35 riconoscimenti a vini, distillati e progetti scelti da una giuria di giornalisti, sommelier, buyer e professionisti del settore. Adua Villa, aprendo la premiazione, ha richiamato un concetto di eccellenza che non si esaurisce nel prodotto, ma comprende anche territorio, sostenibilità, capacità di innovare, ospitalità e comunicazione.

Per il vino, Stefania Vinciguerra ha assegnato il Best Red a Villa Santo Stefano per "Loto 2022" e il Best Rosé a Tenuta Gualtieri per "Tintilia Rosato 2024". Valentina Vercelli ha premiato Casa Vinicola Ettore Sammarco con il Best White per "Selva delle Monache Doc Costa d'Amalfi Ravello Bianco" e Tenuta Stante con il Best Deal per il Montepulciano d'Abruzzo. Adua Villa ha conferito il Best Sparkling a Vinea Ventis Franciacorta per "Saten Celaris" e il Best Vinum Innovation a Azienda agricola Antonio Buccoliero per il progetto "Innovazione e sostenibilità", mentre Sara Missaglia ha assegnato il Best International Excellence a Maro Wine per "Mursa Sauvignon Blanc 2024".

Nel comparto spirits, Fabio Bacchi ha premiato Gin Todi con il Best Spirit per "Gin Todi Olive Leaves" e Distilleria Alpe con il Best Herbal Liquor per "Herbetet Genepny". Alla stessa cerimonia sono andati anche il Best Logo a Gin Todi, il Best Label a Azienda agricola Le Lagore e i riconoscimenti "Milano Wine & Spirits Explorer" a realtà del wine, degli spirits e dell'hospitality come Asina Luna, DanielCanzian Ristorante, DryMilano, El Vinatt dal 1964, Flow, Iter, Mag Café, Moebius Milano, Ristorante Abba e Ristorante Torre. La Best Buyer Selection, affidata a buyer internazionali come Per Buhl, Rosanna Pancotto, Yoshiaki Kobayashi e Petri Viglione, ha premiato diverse aziende presenti in Fiera, tra cui Viconari, Tenuta Fanton, Sartieri 1931, Azienda agricola Le Lagore, Petrucca e Vela, Feudo Stagnone, Azienda agricola Ganaghello di Losi Società agricola, Azienda agricola Fontana Reale, Az. Agr. Quattroquarti, Casa Vinicola Ettore Sammarco, Cantina Barbera Sei Castelli e La Cantina dei Colli Ripani.

L'edizione 2026 ha spinto anche sulla visibilità digitale. Nei giorni dell'evento i canali social ufficiali hanno superato il milione di visualizzazioni e raggiunto oltre 112mila account, con una quota di non follower superiore all'84%. "Best Wine Stars" si è svolta con il patrocinio del Comune di Milano e di Ice-Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, con il contributo di Regione Lombardia. Tra i partner figurano Agivi, "Assoenologi", AssoDistil, Consorzio nazionale Grappa e Assaggiatori Parmigiano Reggiano.



Notizie Correlate



| | | | | | | |
|------------|-----------------------|----------------|-----------------------|---------------------|---------------------|----------------------|
| Economia | Scienza e Innovazione | Made in Italy | Calabria | Puglia | Crisi Climatica | Chi siamo |
| Esteri | Agrifood | Start Up | Campania | Sardegna | Cyber Affairs | La Redazione |
| Cronaca | Turismo | Moda | Emilia Romagna | Sicilia | Askaenergy | Area Clienti |
| Sport | Motori | Info e Imprese | Friuli Venezia Giulia | Toscana | Italiani nel mondo | Disclaimer e Privacy |
| Sociale | | | Lazio | Trentino Alto Adige | Europa Building | Informativa Cookie |
| Cultura | | | Liguria | Umbria | Sguardi | Whistleblowing |
| Spettacolo | | | Lombardia | Valle d'Aosta | Mondo Tech | Pubblicità |
| Videonews | | | Marche | Veneto | Milano-Cortina 2026 | |
| | | | | | Dentro l'Europa | |

askanews

Editore: askanews S.p.A.
 Sede Legale: Via Prenestina 685, 00155 Roma
 Sedi Operative: Via Prenestina 683, 00155 Roma
 Corso Europa 7, 20122 Milano - Via della Scala 11, 50123 Firenze
 Ph. +39 06695391
 Capitale Sociale: € 1.765.412,00 i.v. - P.I. 01719281006 - C.F. 07201450587

© 2026 askanews S.p.A.



Certificazione ISO 9001:2015 ottenuta da askanews per la progettazione, redazione e diffusione di servizi editoriali, redazionali e tecnici in formato multimediale; produzione di contenuti multimediali e di infocomunicazione istituzionale (EA 39, 35)



ISSN 2611-9668
 Askaneews (sito web)
<https://askanews.it>