

A Vinitaly.USA alleanza Italia-Stati Uniti in nome del vino: 250 aziende e 1.500 buyer per reagire a congiuntura e dazi

6 Ottobre 2025



CHICAGO – “La grande partecipazione di aziende italiane a Vinitaly.USA a Chicago ci dice che il mercato statunitense non è sostituibile e che vale la pena investire. La grande presenza di operatori americani e di buyer ci dice che il vino italiano continua a essere un prodotto che gli americani cercano e vogliono comprare. Il Sistema Italia è al fianco di tutto il settore per promuovere le qualità inimitabili del nostro vino e per continuare a guardare al futuro con ottimismo. Non c’è insidia che non si possa affrontare se si ha la sicurezza di poter offrire un prodotto che non ha eguali”.

Con queste parole il ministro dell’Agricoltura **Francesco Lollobrigida** ha inaugurato la seconda edizione di Vinitaly.USA al Navy Pier di Chicago (5-6 ottobre) con oltre 250 espositori tra aziende, consorzi e collettive regionali impegnate nei b2b con più di 1.500 buyer.

Sostegno al settore è stato espresso anche dal vicepresidente del Consiglio e ministro degli Affari esteri **Antonio Tajani** che in un messaggio ha detto che “il Governo è al fianco di questo settore strategico, prioritario nel quadro della strategia di diplomazia della crescita con l’obiettivo di raggiungere il traguardo di 700 miliardi di export entro la fine della legislatura. Va in questa direzione il Piano d’Azione per l’Export, che punta ad aprire nuovi spazi nei mercati extra-europei ad alto potenziale, senza dimenticare quelli tradizionali come l’Europa o gli Stati Uniti in cui vogliamo continuare a rafforzare la nostra presenza”.

Inoltre, il ministro ha annunciato di “aver istituito presso il ministero una Task Force Dazi” a disposizione delle aziende.

Organizzato da Veronafiere-Vinitaly con ITA – Italian Trade Agency, Fiere Italiane e la Camera di Commercio italiana americana del Midwest-Chicago, “Vinitaly.USA è la risposta del vino italiano ai dazi e al conseguente contesto di preoccupazione e incertezza – ha detto in apertura il presidente di Veronafiere **Federico Bricolo** -. Il programma unitario di questa edizione che ingloba, oltre a Vinitaly, anche wine2wine Business Forum, la Vinitaly International Academy, Vinitaly Tourism e SOLExpo, rafforza il presidio di Veronafiere su questo mercato strategico e tutt’altro che saturo, che può riservare nuove potenzialità di crescita per il vino italiano”.

Infatti, il 75% dei consumatori statunitensi di vino Made in Italy si concentra in una quindicina di Stati, con in testa California, New York, Florida, Texas e Illinois. Gli Italian wine lover, oggi, provengono soprattutto da qui, sono in prevalenza consumatori di origine caucasica (75%), Boomers o Gen X (62%), con una significativa presenza del pubblico femminile. Secondo l’analisi dell’Osservatorio Uiv-Vinitaly su base IWSR (International Wine and Spirits Record, leader globale nei dati, nelle analisi e nelle informazioni strategiche per il settore delle bevande alcoliche) l’identikit del consumatore del futuro è di genere maschile, Gen Z ma anche Millennial, di etnia latinoamericana o afro-discendente, preferibilmente residente in Texas, Illinois, California, South Carolina e Georgia o altre aree con quei segmenti di popolazione non solo poco esplorati, ma che Stato per Stato dimostrano percentuali di gradimento del vino superiori alla media nazionale.

Nuovi target e aree di domanda potenziale che Vinitaly.USA vuole intercettare per ampliare le occasioni di business del vino italiano, paese leader tra i consumi di vini d’importazione con una quota pari al 38% sul totale. Opportunità per le imprese made in Italy ma anche per il trade americano: secondo una stima dell’Osservatorio, infatti se è vero che le imprese italiane registrano un fatturato annuo di oltre 2,2 miliardi di dollari dalle vendite oltreoceano, per i partner commerciali Usa il beneficio a valore sale a più di 10 miliardi di dollari.

A Vinitaly.USA, attesi tra i buyer anche i top Volio Fine Wine Imports, Vias, Terlato Wines, More Than Grapes – wine imports, Winebow fine wines – spirits e Eagle Eye Wines. Nei panel di wine2wine Vinitaly Business Forum, inevitabili anche i focus sui dazi: se ne discuterà, tra gli altri, con Benjamin Aneff, presidente U.S. Wine Trade Alliance.

“L’Agenzia ITA-Italian Trade Agency, nel solco della diplomazia della crescita spinta dalla Farnesina e negli obiettivi di crescita indicati anche dal ministero dell’agricoltura, è orgogliosa di essere motore trainante dell’edizione 2025 di Vinitaly Chicago – ha commentato il presidente di ITA, Italian Trade Agency, **Matteo Zoppas** – realizzata in collaborazione con Veronafiore e la Camera di Commercio di Chicago. Quest’anno ospitiamo circa 250 aziende con 2000 etichette, un numero in crescita rispetto all’anno precedente. Abbiamo lavorato con cura sulla qualità degli operatori, dei buyer e dei produttori, offrendo un livello di selezione ancora più elevato e organizzando tre masterclass per avvicinare sempre più il pubblico americano al gusto del vino italiano. In questo momento di incertezza sui dazi – ha concluso Zoppas – il nostro impegno è dare un supporto tangibile agli imprenditori del vino italiano negli Stati Uniti. Nei prossimi mesi valuteremo insieme l’andamento del mercato, ma oggi siamo qui per fare la nostra parte dando sostanza al ruolo del sistema Paese”.

All’inaugurazione di Vinitaly.USA hanno partecipato **Marco Peronaci**, ambasciatore d’Italia negli Usa; **Marco Rago**, consigliere giuridico ministero degli Affari esteri e della cooperazione internazionale; **Maurizio Muzzetta**, presidente Fiere Italiane Usa LLC; **Domenico Mauriello**, segretario generale Assocamerestero e **Robert Allegrini**, presidente Niaf (The National Italian American Foundation).

Sono, inoltre, intervenuti **Luigi Scordamaglia**, amministratore delegato Filiera Italia; **Giordano Emo Capodilista**, vicepresidente Confagricoltura; **Tommaso Battista**, presidente Copagri; **Carmelo Troccoli**, direttore nazionale Fondazione Campagna Amica; **Marzia Varvaglione**, presidente Ceev (Comité Européen des Entreprises Vins) e **Lamberto Frescobaldi**, presidente Unione Italiana Vini (in collegamento).

Mentre al successivo Business Forum organizzato da ITA – Italian Trade Agency, ha registrato i contributi di **Marilisa Allegrini**, presidente e ceo Gruppo Marilisa Allegrini, **Francesco Ganz** (Ethica Wines), **Bill Terlato** (Terlato Wine Group), **Diva Moretti Polegato** (Villa Sandi) con le conclusioni di **Matteo Zoppas**, presidente ITA – Italian Trade Agency e del ministro Lollobrigida.

Presenti per Veronafiore anche la vicepresidente **Marina Montedoro**, l’amministratrice delegata **Barbara Ferro** e il direttore generale **Adolfo Rebughini**.

A Chicago anche Kristian Ghedina (ex sciatore con 33 podi in Coppa del Mondo e sommelier Ais ad honorem dal 2023) nella veste di Ambassador Vinitaly.USA 2025.

Dopo Vinitaly.USA, il brand fieristico internazionale di Veronafiere dedicato alla promozione del vino italiano farà tappa in Giappone (Tokyo, 17 e 18 novembre), in Serbia con Vinitaly @Wine Vision by Open Balkan (Belgrado, 22-25 novembre) e di seguito in Albania (Tirana, 26 novembre). Il 2025 si chiuderà con Vinitaly Preview in Tailandia (Bangkok) e India (dicembre). Mentre, ad oggi, il calendario estero 2026 di Veronafiere prevede Vinitaly Roadshow India (Mumbai e Panaji – Goa, 16 e 18 gennaio 2026), per proseguire poi in Polonia (Varsavia, fine gennaio 2026) e in Norvegia (Oslo, febbraio). L'Asia torna al centro della strategia di internazionalizzazione a marzo con Vinitaly China Chengdu (22-25 marzo), che passerà il testimone a Verona per la 58ª edizione di Vinitaly (12-15 aprile 2026). Confermato anche Vinitaly.USA 2026.