

Da Verona alla Calabria, al resto d'Italia: Vinality and the City si candida a diventare il grande evento dei territori del vino

20 Luglio 2025



SIBARI – Un format unico, replicabile, sostenibile e organizzato su misura per ogni territorio, pensato come uno strumento strategico di promozione per il vino italiano e la cultura che lo accompagna. È Vinality and the City, il progetto firmato Veronafiere che è stato presentato durante i lavori della Commissione Politiche Agricole, ospitata al Museo archeologico nazionale Sibaritide, a Sibari (Cassano allo Jonio), in Calabria.

A illustrarlo al ministro dell'Agricoltura Francesco Lollobrigida e agli assessori regionali all'Agricoltura e al presidente di Ice-Agenzia, Matteo Zoppas, è stato il presidente di Veronafiere, **Federico Bricolo**. All'incontro, per Veronafiere, hanno partecipato anche il direttore generale, **Adolfo Rebughini**, e l'exhibition manager di Vinality, **Gianni Bruno**.

Nato nel 2013 come “fuori salone” del Vinality di Verona, Vinality and the City è oggi un

evento esperienziale che lega il vino alla cultura, alla storia e al paesaggio, pensato per il pubblico consumer dei wine lover ma con ricadute concrete in termini di enoturismo e marketing territoriale.

“La prima edizione fuori Verona, che si è tenuta proprio qui a Sibari nel 2024, ci ha dato una risposta molto positiva, con oltre 80 produttori coinvolti e 20mila presenze in tre giornate. La riconferma in Calabria per il secondo anno, dal 18 al 20 luglio, ci dimostra che Vinitaly and the City è maturo e pronto per essere replicato in altri contesti vocati del Paese - ha detto il presidente Bricolo -. L’idea è semplice ma potente: creare un format modulare, capace di valorizzare i vitigni autoctoni, le tradizioni locali e le bellezze storico-paesaggistiche delle città e delle regioni italiane, attraverso degustazioni, eventi e spettacoli in scenari simbolici”.

A sostenere Vinitaly and the City c’è la forza di un brand riconosciuto in tutto il mondo: con 58 edizioni nel 2026 (Verona, 12-15 aprile) Vinitaly è il salone di riferimento globale per il business del settore vitivinicolo italiano, con un network di oltre un milione di contatti e una piattaforma promozionale con rassegne quali Vinitaly.USA, Wine South America, Wine to Asia, roadshow, preview e le attività formative della Vinitaly International Academy.

Veronafiere, attraverso Vinitaly e i suoi eventi spin-off, si conferma così non solo organizzatore di manifestazioni, ma partner strategico del sistema Paese, a supporto delle imprese e di intere filiere produttive d’eccellenza del made in Italy.

“Vinitaly and the City - ha aggiunto Bricolo - rappresenta un tassello fondamentale di una strategia integrata che punta a valorizzare il vino italiano non solo come prodotto, ma come esperienza culturale e identitaria, capace di generare impatto positivo su economia, occupazione e reputazione dei territori. Grazie alla sua flessibilità, il format si presta anche ad accompagnare i borghi, le aree interne e i vitigni meno conosciuti verso un riposizionamento sia commerciale che turistico, in linea con le tendenze slow e sostenibili”.

A supporto di questa visione, Veronafiere ha dato vita anche al brand Vinitaly Tourism, dedicato espressamente all’enoturismo e alla costruzione di reti tra territori, operatori e istituzioni. In sinergia con Vinitaly and the City, questo nuovo strumento contribuisce a strutturare un’offerta enoturistica italiana più competitiva, accessibile e integrata con il patrimonio culturale e paesaggistico nazionale.