

Vinitaly.USA, la prima e unica fiera del vino italiano negli States si conferma piattaforma di promozione della cultura enogastronomica made in Italy

3 Maggio 2025



VERONA – Si è conclusa giovedì la maratona americana di Veronafiore tra New York City e Washington DC, organizzata per il lancio della seconda edizione di Vinitaly.USA, la principale manifestazione B2B dedicata al vino italiano negli Stati Uniti, in programma al Navy Pier di Chicago il 5 e 6 ottobre prossimi.

Il tour è partito da New York il 29 e 30 aprile con una preview esclusiva dell'evento riservata alla stampa specializzata americana, per poi proseguire nella Capitale, Washington DC, con una cena istituzionale presso l'Ambasciata d'Italia. A fare gli onori di casa, l'ambasciatrice

Mariangela Zappia, affiancata da una rappresentanza bipartisan del Congresso degli Stati Uniti, tra cui la 52esima speaker della Camera, **Nancy Pelosi**, il capogruppo della maggioranza alla Camera, **Stephen J. Scalise**, e numerosi membri dell'Italian American Congressional Delegation (Iacd), come **Rosa DeLauro**, **Michael Rulli** e lo stesso Scalise.

La giornata del 1° maggio si è chiusa con l'evento "Inside Italian Wine's Next Move in America", un incontro strategico sulle prospettive del vino italiano nel mercato USA, promosso da Veronafiore-Vinitaly in collaborazione con Ita-Italian Trade Agency. L'appuntamento ha visto la partecipazione di numerosi importatori, distributori, giornalisti, e market makers, confermando l'interesse crescente verso l'eccellenza vitivinicola italiana nel primo mercato di destinazione extra-Ue e del presidente di Agenzia Ice, **Matteo Zoppas**.

"Veronafiore conferma il presidio sul primo mercato mondiale per import di vino e destinazione principale per l'export italiano con 1,9 miliardi di euro raggiunti nel 2024 - commenta il presidente di Veronafiore, **Federico Bricolo** -. In questo momento di grande incertezza e nella speranza che i negoziati in corso possano registrare esiti rassicuranti e positivi, Vinitaly prosegue l'attività di promozione e di consolidamento del brand in questa area fondamentale per le aziende, nella convinzione che un rapporto ben consolidato tra produttore e importatore ha maggiori probabilità di resistere alle pressioni sui costi o ai cambiamenti normativi".

Tra le novità di Vinitaly.USA 2025 anticipate a New York e a Washington la presenza quest'anno dell'olio d'oliva tramite la nuova rassegna made in Veronafiore, Sol2Expo con olibar e mixology a base di olio Evo, e l'enoturismo con il neonato salone Vinitaly Tourism tenuto a battesimo nell'aprile scorso durante l'edizione di Vinitaly a Verona.

Sono già molte le conferme di partecipazione, tra cui quelle regionali di Lazio con Arsial, Friuli-Venezia Giulia con l'Ersa, mentre si registra la presenza del Consorzio Doc Sicilia.

Rinnovata anche la partnership con il Gambero Rosso, così come con Unione Italiana Vini che sarà presente con proprie aziende associate che aderiscono al progetto "European Quality Wines: Taste the different". Anche l'Ice ha confermato la propria presenza con un'area dove porterà una collettiva di aziende come lo scorso anno.

Il calendario delle degustazioni e degli incontri include masterclass, certificazioni professionali e percorsi regionali che consentono ai partecipanti di conoscere la ricchezza e la diversità del patrimonio vinicolo italiano, così come i seminari tecnici e le cene informali contribuiscono a fare di Vinitaly.USA (Chicago, 5/6 ottobre 2025) un evento in grado di sviluppare al contempo conoscenza del prodotto e opportunità commerciali.

“Abbiamo scelto di tornare a Chicago per l’edizione 2025 di Vinitaly.USA perché la città rappresenta un hub strategico per il commercio negli Stati Uniti, offrendo un accesso privilegiato a un mercato fondamentale e insostituibile per il vino italiano”, dice **Adolfo Rebughini**, direttore generale. “Vinitaly.USA si propone come piattaforma per rafforzare le relazioni commerciali e promuovere la cultura enogastronomica italiana. Attraverso l’hub di Vinitaly, riteniamo sia fondamentale continuare a investire in un marketplace evoluto, nella presenza di operatori qualificati, importatori, distributori, buyer e in momenti di formazione e confronto sui trend di mercato. Quest’anno, l’evento amplia la propria offerta con la partecipazione di Sol2Expo, la nuova fiera internazionale dedicata all’olio d’oliva, e Vinitaly Tourism, il nuovo prodotto di Vinitaly per l’enoturismo, ampliando così l’offerta e valorizzando altri simboli del Made in Italy. Collaborazione e resilienza sono le chiavi per affrontare le incertezze del mercato e garantire un futuro prospero per l’industria vinicola italiana negli Stati Uniti”.

“L’export del Made in Italy ha raggiunto i 624 miliardi nel 2024, di cui 69 sono frutto delle esportazioni del comparto agroalimentare – conclude il presidente di Agenzia Ice, Matteo Zoppas -. Il vino da solo vale 8 miliardi e gli Stati Uniti contribuiscono a questo risultato con 2 miliardi di vino italiano importato. Un doveroso ringraziamento va ai produttori e a tutti i distributori e gli importatori, i veri protagonisti di questo successo, che hanno saputo posizionare i nostri prodotti nel modo giusto su questo complesso mercato. Il governo italiano, insieme a tutto il sistema paese e alla rete diplomatica, crede fortemente nelle potenzialità dell’export italiano e per questo investe nella diplomazia della crescita. Il vino è stato scelto come prodotto strategico negli scambi commerciali con gli USA e diventa elemento determinante per raggiungere l’obiettivo dei 700 miliardi di export complessivo indicati dal Ministro degli affari esteri Antonio Tajani e i 100 miliardi indicati dal ministro dell’agricoltura Francesco Lollobrigida per il comparto agroalimentare. Per questo abbiamo deciso di rilanciare il progetto dell’internazionalizzazione di una piattaforma fieristica di alto livello come Vinitaly e portare numerosi operatori a Chicago per sviluppare meglio il mercato. Soprattutto in un momento di incertezza causata dalla trattativa in essere sui dazi. Questa iniziativa ha già permesso ai nostri produttori di concludere affari importanti. Volevamo colmare l’assenza di una grande manifestazione dedicata ai vini italiani negli Usa. In tre anni abbiamo raggiunto quasi 300 produttori con 1.800 etichette, creando il primo evento dedicato al vino italiano negli Stati Uniti. Continueremo a lavorare con Veronafiere sotto il marchio Vinitaly Usa, collaborando con tutto il Sistema Italia composto da governo, rete diplomatica, agenzie Sace, Simest, Cdp, associazioni. Vogliamo facilitare l’incontro tra produttori e acquirenti, mettendo i produttori giusti davanti ai buyer giusti. È così che aiutiamo gli imprenditori a costruire il successo”.

La prima edizione della rassegna realizzata a ottobre 2024 e organizzata da Veronafiere, Fiere Italiane in collaborazione con Ita-Italian Trade Agency e la Camera di Commercio italiana americana del Midwest-Chicago, ha registrato la presenza di 1500 professionisti tra importatori e distributori, ristoratori, gdo, opinion leader, analisti, influencer e stampa di settore, che hanno potuto scegliere tra più di 1650 etichette di 230 cantine e di sette collettive regionali e fra i 30 eventi tra masterclass, degustazioni e incontri di approfondimento del mercato.