



Ecco il Vinitaly 2026, tra nuove aree no-lo e spirits, spazio all'enoturismo e incoming strategico

26 Marzo 2026 

ROMA – Guarda ai mercati con incoming mirato e alle nuove tendenze con aree dedicate la 58esima edizione di Vinitaly, il Salone internazionale dei vini e dei distillati, in programma a Veronafiere dal 12 al 15 aprile, presentato oggi a Roma – a Palazzo Montecitorio – alla presenza del presidente della Camera dei deputati, **Lorenzo Fontana**, del ministro dell'Agricoltura e della Sovranità alimentare, **Francesco Lollobrigida** e del presidente di Ita-Italian Trade Agency, **Matteo Zoppas**, oltre ai vertici della fiera **Federico Bricolo**, presidente, e **Gianni Bruno**, direttore generale vicario.

Con quasi 4mila aziende del Made in Italy enologico presenti in quartiere, format e contenuti rinnovati e un palinsesto di oltre 100 eventi ufficiali tra degustazioni e focus, la manifestazione consolida la propria capacità di attrazione e connessione tra operatori globali. Un hub di relazioni business sulle principali destinazioni storiche ed emergenti del vino italiano confermato anche dai primi risultati della campagna di incoming Veronafiere/ITA – Italian trade Agency, che in questi giorni affronta lo sprint finale. Ad oggi, sono oltre 1.000 i top buyer selezionati, invitati e ospitati congiuntamente dalla società fieristica e dell'Agenzia pubblica preposta alla promozione. Attesi, inoltre, ulteriori operatori professionali esteri da oltre 130 Paesi.

Aumentano i consumatori di vino in Italia. E a sorpresa grazie ai giovani

“In uno scenario internazionale sempre più articolato, Vinitaly rafforza il proprio ruolo come motore dell'internazionalizzazione del vino italiano, grazie anche a un sistema di incoming altamente profilato che consente di intercettare domanda qualificata e di accompagnare le imprese verso nuove direttrici di sviluppo sui mercati esteri senza trascurare i consumi interni a cui dedichiamo una ricerca mirata – ha dichiarato il presidente di Veronafiere, **Federico Bricolo** -. Per questo, la manifestazione evolve in sintonia con i cambiamenti del mercato e con le esigenze delle aziende, proponendo strumenti, contenuti e occasioni di incontro sempre più mirati a sostenere la competitività del comparto. Il nostro obiettivo – ha concluso Bricolo – è offrire risposte strutturate al sistema vino, affiancando le imprese non solo sul piano commerciale ma anche sui temi strategici che ne determineranno il futuro.



Per ora, in testa tra i 70 Paesi di provenienza degli operatori profilati coinvolti nel piano strategico e presenti al prossimo Vinitaly, c'è la delegazione nordamericana (Usa e Canada) che registra già l'exploit del contingente canadese (+31 top buyer sul 2025). Sempre in zona extra Ue, è stato potenziato l'ingaggio della domanda asiatica di vino italiano guidata sempre dalla Cina, ma con accrediti che si prospettano in crescita da India, Giappone, Thailandia - che ospitano anche le tappe estere di Vinitaly - oltre che da Vietnam, Corea del Sud, Singapore, Malesia e Filippine. L'area Sudamericana si posiziona per numerosità del programma di incoming 2026, con Brasile e Messico tra le piazze più dinamiche. In forte crescita anche gli operatori dell'Africa che quest'anno registra un perimetro di azione allargato a 10 Stati. Dentro ai confini europei, Germania e Paesi Nordici confermano la centralità del vino italiano nelle rispettive piazze. Completano la geografia diverse Nazioni dell'Est Europa.

Sul fronte dei temi e dei format, Vinitaly 2026 amplia e diversifica ulteriormente la propria proposta, intercettando i trend emergenti e rafforzando l'integrazione tra filiere, contenuti e occasioni di business. Tra le principali novità, cresce il progetto dedicato ai No-Lo Alcohol con NoLo - Vinitaly Experience: la start up in collaborazione con Unione Italiana Vini debutta con una nuova collocazione espositiva (2° piano Palaexpo) e un calendario strutturato di degustazioni, masterclass e focus di mercato su un segmento in forte espansione. Si rinnova anche l'offerta sui distillati e la mixology con Xcellent Spirits: un'area dedicata (hall C) realizzata con Gang of Spirits, pensata per favorire la connessione tra il mondo del vino e quello dei distillati a livello internazionale.

Sempre più centrale il ruolo dell'enoturismo, con Vinitaly Tourism che si consolida, anche a livello espositivo, con un programma che copre tutti i giorni di manifestazione e rafforza il calendario di incontri b2b grazie a un incoming mirato di buyer e tour operator specializzati, affiancato da nuove formule esperienziali dedicate ai territori e alle cantine. Due i poli tematici del turismo del vino a Vinitaly: il primo realizzato da Veronafiere e Wine Tourism Hub in collaborazione con i partner Wine Suite, Wine Meridian e Winedering nella galleria tra i padiglioni 2 e 3 e il secondo firmato totalmente dalla fiera in Sala Vivaldi (Palexpo, piano-1) con quattro focus tra convegni, indagini e ricerche a cura del Movimento turismo del vino, Roberta Garibaldi (esperta di turismo, docente di Tourism Management all'Università degli Studi di Bergamo), Unicredit-Nomisma Wine monitor e dall'Università degli studi di Verona e BAM Strategie culturali in collaborazione con ArtVerona. Spazio anche alla ristorazione con concept mirati e ampliati per celebrare la Cucina Italiana patrimonio culturale immateriale Unesco. Presenti chef stellati e giovani promesse internazionali.

L'evoluzione riguarda anche i servizi e il digitale, con il potenziamento di Vinitaly Plus, con al centro il nuovo Buyers Club, la piattaforma di networking che da quest'anno favorisce il



business bidirezionale tra produttori e buyer internazionali registrati, e l'esordio di Bacco AI. Accanto alle novità, si confermano gli appuntamenti e le aree tematiche che completano l'offerta espositiva e contenutistica, insieme al palinsesto di eventi che da Vinitaly OperaWine (11 aprile) al fuori salone Vinitaly and the City (10-12 aprile), contribuiscono a rafforzare il legame tra business, territori e pubblico.

La presentazione di Vinitaly 2026 nella Sala della Lupa della Camera dei Deputati è stata preceduta dal talk "Coraggio e visione, i precursori del vino guardano al futuro" con gli interventi di **Piero Antinori, Marco Caprai, Paolo Damilano, Gaetano Marzotto e José Rallo**, moderati dal vicedirettore del *Corriere della Sera*, **Luciano Ferraro**.

"Quest'anno al Vinitaly celebriamo il risultato raggiunto della Cucina italiana patrimonio Unesco, di cui il vino è parte integrante. Il Masaf sarà presente con uno stand simbolico, una grande bottiglia che racconta che 'Dentro c'è l'Italia', con i suoi territori, l'arte, la cultura e il lavoro", ha detto il ministro Lollobrigida. "È la base necessaria per avere una visione che non sia solo commerciale, ma anche culturale e identitaria, capace di aprire nuovi mercati valorizzando ciò che rende unico il vino italiano. Oggi il modo di consumare vino è cambiato, si beve meno ma meglio, e questa evoluzione va accompagnata con idee innovative e con una narrazione capace di rendere il vino sempre più compatibile con la sensibilità comune, senza rinunciare alla sua identità e al suo valore economico. Difendere e valorizzare il vino italiano significa sostenere le nostre filiere produttive, tutelare il lavoro e rafforzare il ruolo dell'Italia come riferimento mondiale della qualità".

"In un contesto geopolitico ed economico complesso" ha aggiunto Zoppas, "Vinitaly si conferma un partner strategico per la promozione internazionale del vino italiano, grazie a un marchio riconosciuto e a una credibilità consolidata sui mercati globali. Le iniziative mirate e le attività di internazionalizzazione che assieme portiamo avanti rappresentano uno strumento chiave per accompagnare le imprese all'estero. Le attuali forti criticità - prosegue Zoppas - rendono ancora più necessario rafforzare le politiche di sostegno all'export. In questo contesto, Agenzia Ice ha ottenuto nuove risorse da destinare alla promozione, con un'attenzione particolare al settore vitivinicolo e al supporto di piattaforme di eccellenza come Vinitaly. Non va infatti dimenticato che la fiera di Verona è e resta un punto di riferimento mondiale per il vino italiano".