Vinitaly.Usa: già 250 espositori, si va verso il sold out

Scritto da Red.
Lunedì 06 Luglio 2026 14:22

NEW YORK CITY – Approda a New York City, nell'ambito del Tour Mondiale Vespucci e del programma delle celebrazioni ufficiali per il 250° anniversario dell'Indipendenza degli Stati Uniti, la campagna di comunicazione e incoming di Vinitaly dedicata al mercato statunitense. Il brand fieristico della promozione del vino italiano nel mondo targato Veronafiere ieri ha celebrato il prodotto simbolo dell'alleanza Italia-USA a bordo del veliero Amerigo Vespucci, attraccato nel porto di New York nell'ambito della North America Campaign 2026 promossa dal Ministero della Difesa e della Marina Militare, prodotta da Difesa Servizi S.p.A., in sinergia con i ministeri degli Affari esteri e della Cultura e dei ministri per lo Sport e i Giovani e per le Disabilità, con il supporto di ITA-Italian Trade Agency.

Tra gli obiettivi del presidio nel mercato che vale quasi 1/4 del totale export vinicolo italiano, la presentazione a circa 40 buyer selezionati dalle macroregioni del Nord America della terza edizione di Vinitaly.USA, in programma il 26 e 27 ottobre al Pier 36 di New York. A oggi, l'evento registra già 250 espositori rappresentativi dei principali territori e denominazioni e si avvia verso il sold out degli 11 mila metri quadrati espositivi disponibili. Hanno già aderito, infatti, i Consorzi di tutela Asti Docg, Brunello di Montalcino, Doc Sicilia, Prosecco Doc e Vini dell'Elba, oltre a Italia del Vino. Confermate anche le collettive regionali di Friuli-Venezia Giulia, Lazio e Sardegna, mentre altre importanti partecipazioni sono in fase di definizione. A queste si aggiunge una delegazione di 95 aziende organizzata da ITA-Italian Trade Agency.

"Siamo al lavoro sia in Italia sia negli Stati Uniti, dove stiamo realizzando un'articolata grande campagna di incoming che, a partire da Vinitaly.Usa, punta a coinvolgere gli operatori anche in vista della 59^ edizione di Vinitaly nel 2027. L'area del North East americano è particolarmente strategica che vale il 19% dei consumi totali di vino italiano a volume e il 22% a valore - ha dichiarato il presidente di Veronafiere nel corso della presentazione della 3ª edizione di

Vinitaly.USA a bordo del Vespucci, Federico Bricolo -. In questa fase complessa siamo contemporaneamente a fianco delle istituzioni, per rafforzare la diplomazia economica, e delle imprese per le quali il mercato statunitense resta imprescindibile. Per questo stiamo intensificando gli sforzi di relazione per ampliare la rete di contatti e le opportunità di business. Per questa ragione - ha concluso Bricolo - la prossima edizione americana di Vinitaly proporrà ai buyer profilati due giornate di alto livello con un'agenda che comprende masterclass, degustazioni, Vinitaly Tourism con iniziative dedicate all'incoming enoturistico, wine2wine con approfondimenti sul mercato e SolExpo, il format di Veronafiere dedicato all'olio extravergine di oliva di qualità. Il tutto abbinato alla cucina italiana, per consentire agli operatori professionali di vivere un'esperienza immersiva del Made in Italy".

La presentazione di Vinitaly.Usa è stata preceduta dai saluti del comandante dell'Amerigo Vespucci, Nicasio Falica, seguiti dagli interventi di Erica Digiovancarlo (direttore coordinatore Rete Usa Ita - Italian Trade Agency), Stevie Kim (managing director Vinitaly international) oltre al presidente Bricolo. Successivamente, gli ospiti hanno preso parte alla degustazione dei vini dei Consorzi Asti Docg, Brunello di Montalcino, Doc Sicilia, Prosecco Doc, Vini dell'Elba e della Regione Friuli-Venezia Giulia, tutti partner esclusivi di Vinitaly per gli eventi a bordo della Vespucci.

A completamento della missione nordamericana di Veronafiere, iniziata nei giorni scorsi con Vinitaly.Usa Canada Preview, il brand fieristico si sposterà domani 7 luglio in Florida, a Miami, al ristorante Macchialina, segnalato dalla Guida Michelin. In agenda la presentazione di Vinitaly.Usa a ulteriori 35 operatori tra distributori e buyer e la masterclass "Italy beyond usual suspects" guidata da Jacqueline Pirolo, co-proprietaria - beverage director del locale e Michelin Guide Florida Sommelier 2025, realizzata con Coldiretti. In degustazione le etichette di Cantina dei Colli Ripani (Marche), Cantina delle Vigne di Piero Mancini (Sardegna), Accademia Olearia-Tenute Fois (Sardegna), Cantina VentiVenti (Emilia-Romagna), Azienda Di Sante (Puglia), Cantina San Pancrazio (Puglia) e Vendrame- Vignis del Doge (Friuli-Venezia Giulia).