Scritto da Red.
Domenica 05 Ottobre 2025 20:55



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 dichiarato «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 dichiarato 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 SoleExpo, 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 Veronafiere 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 Francesco Lollobrigida.

Presenti per Veronafiere 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.

Aggiornamento del 5 ottobre 2025 - Centocinquanta cantine per tre categorie inedite. È stata svelata oggi in chiusura della prima giornata di Vinitaly.Usa e di wine2wine Vinitaly Business Forum (in programma fino a domani al Navy Pier di Chicago) la nuova formula di Wine Spectator per OperaWine 2026 (11 aprile), l'annuale super degustazione prologo di Vinitaly dedicata alle aziende portabandiera del made in Italy enologico negli States, e non solo. Da quest'anno, infatti, la storica testata di riferimento mondiale per il comparto ha potenziato l'attesa lista (che conta 20 produttori in più rispetto al 2025 e 25 new entry assolute nella selezione) introducendo una nuova classificazione tra "Legacy Icon", "Classic" e una terza categoria riservata per il 2026 alle "New Voices". Questa rivoluzione nei criteri di selezione e nei

150 produttori partecipanti è stata annunciata per la prima volta negli Stati Uniti.

A riservarsi la menzione tra le “Legacy Icon”, annunciate dalla senior editor e tasting director della rivista, Alison Napjus, sono le 31 cantine che hanno partecipato a tutte le edizioni di OperaWine. Si tratta di produttori che, grazie ad una costante attenzione all’eccellenza qualitativa dei loro prodotti, hanno avuto un impatto storico sul vino italiano. Seguono nella lista 69 “Classic”, produttori leader nelle loro regioni, con un curriculum qualitativo importante. Tra le “New Voices” spiccano infine 50 cantine fondate a partire dal 1990, selezionate per la loro capacità di garantire qualità, innovazione e una continua evoluzione del vino italiano. Complessivamente, si contano 45 nuove cantine rispetto all’edizione 2025. Sul fronte della rappresentatività, è la Toscana la regione a detenere il primato degli ambasciatori del vino italiano (quasi un terzo, a quota 48), seguita da Piemonte (24), Sicilia (15) e Veneto (12).

“OperaWine è un evento simbolo e rappresenta la nostra unica degustazione internazionale – ha dichiarato Alison Napjus nel corso della presentazione della lista delle aziende di OperaWine 2026 a Chicago -. Per me e per Bruce Sanderson, senior editor, le cantine protagoniste a Verona sono sempre fonte di ispirazione ed esplorazione dei vini italiani, selezionati nei nostri blind tasting. Per l’anno prossimo - ha proseguito - abbiamo ampliato la rappresentatività dell’eccellenza qualitativa del vino italiano, introducendo solo per il 2026 le “New Voices”, con l’obiettivo di individuare nuove categorie tematiche per le successive edizioni. Ringraziamo Veronafiere-Vinitaly per la fiducia accordata a Wine Spectator. Da parte nostra, siamo felici di poter mettere in luce questi produttori straordinari durante l’evento a Verona e di presentarli ai 3,5 milioni di lettori della nostra rivista in tutto il mondo”.

Con circa 3,5 milioni di lettori in tutto il mondo e un sito tra i più completi e frequentati, Wine Spectator è il principale punto di riferimento mondiale nel settore del vino. Oltre a proporre analisi e approfondimenti dalla vigna alla tavola, senza dimentica la cultura e l’economia del vino, la storica testata statunitense propone blind tasting di esperti relative ad oltre 10.000 vini ogni anno. Dal 2012 organizza con Veronafiere-Vinitaly OperaWine, l’unico evento fuori dai confini degli Usa promosso dalla testata.

Aggiornamento del 6 ottobre 2025, ore 12.23 – *Vinitaly.Usa, vino asset strategico anche per l’economia americana, con ricavi da oltre 10 miliardi di dollari l’anno - A Chicago i protagonisti del wine business per discutere sfide e opportunità del mercato*
- Un sorso di italianità, il testimone di un legame umano e culturale celebrato a tavola, ma anche un asset economico per entrambe le sponde dell’Atlantico, alla prova dei dazi al 15% in vigore da agosto. È uno dei temi chiave di oggi a Vinitaly.Usa nel corso del wine2wine Business Forum, in presenza delle istituzioni italiane, delle imprese tricolori del vino ma anche del trade

americano che si oppone alle nuove tariffe, a partire dai distributori Usa della Wswa fino alla U.S. Wine Trade Alliance.

Secondo l'analisi dell'Osservatorio Uiv-Vinitaly, 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 bottino sale a più di 10 miliardi di dollari.

«Il vino italiano non è solo un simbolo di eccellenza enogastronomica, ma anche un pilastro economico nei rapporti tra Italia e Stati Uniti – spiega il presidente di Veronafiere, Federico Bricolo –. È forti di questa consapevolezza che abbiamo deciso di puntare su una piattaforma come Vinitaly.Usa, pensata per mettere al centro business, dialogo e confronto per proteggere e rilanciare questo patrimonio in un contesto di mercato e commerciale difficile". Una vetrina, quella di Chicago, che per la seconda edizione (5-6 ottobre), chiama a raccolta i protagonisti del wine business al Navy Pier della città del vento per una due giorni che integra b2b oltre ad aggiornamento e formazione con wine2wine, il Vinitaly Forum dedicato a consumatori, canali distributivi e competenze per affrontare le trasformazioni del mercato globale».

Secondo i dati dell'Osservatorio Uiv-Vinitaly (base Sipsource), nonostante la gran parte dei consumi di vino negli Stati Uniti sia rappresentata da prodotti domestici (pari al 70% dei volumi consumati), le etichette italiane si posizionano al primo posto tra le bottiglie estere stappate con una quota di mercato pari al 38%, seguite a distanza dai vini australiani, neozelandesi, francesi e cileni. Ma questo primato tricolore non produce fatturato solo in Italia. Ogni dollaro speso in vino italiano ed europeo, infatti, genera 4,5 dollari di valore per l'economia statunitense.

Un effetto moltiplicatore che testimonia la profondità di un legame costruito in oltre 50 anni di storia commerciale. Secondo i dati forniti dalla piattaforma internazionale per la ricerca di importatori e distributori di vino Vinaty, attualmente negli Stati Uniti operano oltre 1.000 aziende registrate come importatori di vino, molte delle quali impegnate nell'importazione di vini italiani ed europei. A queste si aggiungono altrettanti distributori e grossisti, oltre a 2.000 rivenditori. Sul fronte della ristorazione, la sola industria di ristoranti italiani negli Usa vale, secondo IbisWorld, 95 miliardi di dollari l'anno e conta oltre 62 mila imprese.

E i vini italiani sono decisivi anche per l'economia di tutti i ristoranti degli Stati Uniti, sia in termini di presenza che di apprezzamento da parte dei consumatori. Per fare alcuni esempi, il Prosecco, oggi il prodotto di punta per il made in Italy enologico, è presente nel 41% dei menu americani (analisi di Italian Wine Podcast in collaborazione con Somm.ai), ma anche i rossi

toscani sono molto richiesti. Nel 2024 le importazioni di vino italiano dagli Stati Uniti hanno sfiorato quota 2,3 miliardi di dollari, con 354 milioni di litri venduti, l'equivalente di oltre 470 milioni di bottiglie da 0,75 litri. Numeri che fanno della piazza statunitense il primo mercato di sbocco per l'ecosistema del vino italiano (530mila aziende e 800mila addetti), con una quota a valore pari al 24% sull'export totale tricolore.

Secondo il "2025 Economic Impact Report" di Wine America, infine, l'impatto annuale (diretto, indiretto e indotto) del vino negli Stati Uniti è di 144,4 miliardi di dollari, di questi – stando alla stima elaborata dall'Osservatorio Uiv-Vinitaly – quasi 19 miliardi di dollari sono generati dal vino italiano.