

# Il Consorzio Vini del Trentino rilancia l'internazionalizzazione tra selezione e sinergia

scritto da Emanuele Fiorio | 16 Aprile 2025



*Il Consorzio Vini del Trentino rilancia la sua strategia di internazionalizzazione puntando su due direttive complementari: selezione e coralità. Tra ProWein e Vinitaly, emerge una visione integrata che coniuga efficienza e narrazione territoriale, rispondendo in modo mirato alle sfide dei mercati globali. Un modello sostenibile che valorizza identità, relazioni e sinergie locali.*

In un panorama fieristico che sta cambiando pelle, il [Consorzio Vini del Trentino](#) vinicolo si distingue per un doppio approccio complementare: da un lato, la partecipazione

sempre più selettiva e mirata a ProWein 2025, dall'altro la forza corale e territoriale espressa a Vinitaly. Due tappe fondamentali che raccontano un'unica strategia: **affrontare l'internazionalizzazione con consapevolezza, visione e capacità di adattamento.**

## ProWein 2025: approccio selettivo all'internazionalizzazione

Dal 16 al 18 marzo, il Consorzio Vini del Trentino ha preso parte a ProWein 2025 con un'area espositiva di 368 mq e la presenza di **10 aziende selezionate**. Un format snello e focalizzato, con il supporto operativo di [Trentino Marketing](#) e della [Provincia Autonoma di Trento](#). In primo piano, l'identità delle denominazioni e la valorizzazione del marchio Trentodoc, grazie alla presenza attiva del banco dell'[Istituto Trentodoc](#).

A fare da sfondo a questa edizione, però, è il **calo degli espositori italiani** – passati da circa 1.400 a poco più di 800 – a conferma di una crescente polarizzazione fieristica. Wine Paris guadagna terreno, mentre ProWein punta a consolidarsi come hub per l'Europa centrale e orientale, con buyer selezionati anche da Paesi scandinavi.

In questo scenario, la riduzione numerica si è trasformata in un'opportunità: **la minore presenza di espositori ha reso più efficaci gli incontri d'affari, con un maggiore livello di approfondimento nei contatti avviati.**

Tuttavia, non si può ignorare il contesto economico. La **Germania**, terzo mercato globale per l'import vinicolo, ha registrato nel 2024 un calo del **4,2% nei volumi** e dell'**8,4% in valore**. L'**Italia**, pur restando leader con **675 milioni di euro** di export vinicolo verso Berlino, ha perso terreno: **-6% in volume e -8% in valore**.

Da qui l'urgenza, da parte del Consorzio Vini del Trentino, di un **approccio sempre più selettivo all'internazionalizzazione**.

Un export sostenibile richiede investimenti ben mirati e una costante capacità di lettura del mercato.

## Vinitaly 2025: coralità vincente tra vino, territorio ed enoturismo

Diverso ma sinergico il contesto di Vinitaly 2025, dove il Trentino ha scelto la **coralità come cifra distintiva**. Con una partecipazione forte e strutturata, il padiglione 3 ha ospitato **44 aziende**, a cui si sono aggiunte altre **14 realtà trentine** presenti nei vari spazi della fiera. A guidare il progetto, il Consorzio Vini del Trentino in collaborazione con le principali realtà del territorio: Strade del Vino e dei Sapori del Trentino, Strada dei Formaggi delle Dolomiti e Strada della Mela e dei Sapori delle Valli di Non e di Sole.

**“Fare squadra spesso resta uno slogan senza contenuti, noi lo stiamo realizzando”**, ha dichiarato **Graziano Molon**, Direttore Generale del Consorzio, sottolineando l’importanza di una presenza istituzionale coordinata che dà “un’immagine coerente” del territorio.

Le **97.000 presenze complessive**, con oltre **32.000 internazionali da più di 130 Paesi** (+7% rispetto al 2024), confermano la crescita della manifestazione. Particolarmente rilevanti gli aumenti da **USA (+5%)**, **Germania (+5%)** e **Regno Unito (+30%)**, mentre si registra una flessione dalla **Cina (-20%)**.

All’interno dello stand trentino, in collaborazione con Veronafiere Spa, sono stati **organizzati incoming di buyer esteri** che hanno potuto abbinare alla proposta enologica trentina anche la degustazione di prodotti tipici selezionati, vivendo un’esperienza immersiva che ha saputo raccontare l’intero ecosistema territoriale: dai vini autoctoni – **Marzemino, Teroldego Rotaliano, Müller Thurgau, Nosiola e Vino Santo** – ai prodotti tipici, fino alla **grappa trentina** e al Metodo Classico Trentodoc. Il tutto arricchito dalla presenza

della [Fondazione Edmund Mach](#), impegnata in attività di degustazione e divulgazione.

*“L’area istituzionale è stata animata da numerose presenze qualificate – ha osservato ancora Molon – e il binomio vino-cibo consente di veicolare al meglio la destinazione e di ottimizzare la proposta enoturistica”.*

In sintesi, la presenza del Consorzio Vini del Trentino tra Düsseldorf e Verona si traduce in una **doppia linea d’azione**: da un lato **selezione e posizionamento** nei contesti internazionali ad alta profilazione, dall’altro **coralità e narrazione territoriale** per rafforzare l’identità trentina. Due facce di una stessa strategia, che mette al centro il valore delle relazioni e l’intelligenza nel presidio dei mercati.

---

## Punti chiave:

1. **ProWein 2025: focus su selezione e qualità** – Il Consorzio ha partecipato con 10 aziende selezionate in un’area espositiva ridotta ma mirata, puntando su incontri più efficaci e buyer strategici per l’Europa centrale e orientale.
2. **Scenario competitivo e calo dell’export** – Il calo degli espositori italiani a ProWein e la contrazione del mercato tedesco impongono scelte più ponderate e strategie di export sostenibili e consapevoli.
3. **Vinitaly 2025: coralità come leva distintiva** – Con oltre 40 aziende coinvolte e un padiglione trentino strutturato, il Consorzio ha promosso un’immagine unitaria del territorio, rafforzata da sinergie con altre realtà locali.
4. **Esperienze immersive tra vino, cibo e territorio** – Incoming mirati, degustazioni territoriali e la presenza

della Fondazione Mach hanno arricchito la proposta, valorizzando l'identità trentina come ecosistema integrato.

5. **Una strategia integrata e flessibile** – Il doppio approccio, selettivo all'estero e corale in Italia, risponde a un unico obiettivo: rafforzare la presenza del vino trentino nei mercati globali con coerenza, adattabilità e visione di lungo periodo.