FINE Wine Tourism Marketplace Italy: l’alleanza strategica tra Valladolid e Riva del Garda per l’enoturismo del futuro

scritto da Emanuele Fiorio | 21 Luglio 2025

FINE Wine Tourism Marketplace debutta in Italia dopo il successo spagnolo, portando a Riva del Garda un nuovo modello di business enoturistico. Un evento B2B internazionale che unisce cantine e buyer selezionati, puntando su formazione, networking e visione strategica per costruire un sistema europeo del turismo del vino.

Dall’esperienza di Valladolid alla visione strategica di Riva del Garda, prende forma un marketplace internazionale che

punta a rafforzare il ruolo dell'enoturismo nel contesto internazionale. Non una semplice fiera, ma un **luogo d'incontro selettivo tra domanda e offerta qualificata**, dove il business si accompagna al confronto culturale, alla formazione e all'analisi delle nuove tendenze. Questo è **FINE Wine Tourism Marketplace**, **nato in Spagna nel 2020 e oggi pronto al debutto italiano.**

In un settore che troppo spesso resta frammentato e legato a logiche localistiche, **Alberto Alonso**, Direttore Generale della Feria de Valladolid, e **Alessandra Albarelli**, Direttrice Generale di Riva del Garda Fierecongressi, tracciano una visione ambiziosa ma concreta: creare un **modello professionale, esperienziale e internazionale per promuovere l'enoturismo come leva di sviluppo economico, territoriale e culturale.**

Alonso racconta **l'evoluzione del format spagnolo** e la sua capacità di connettere territori e attori privati, superando confini geografici e istituzionali. La sua è una riflessione lucida e realista **sull'importanza della cooperazione pubblico-privata** per far emergere un sistema europeo dell'enoturismo ancora in costruzione. **Albarelli** rilancia con una forte consapevolezza strategica: **Riva del Garda** non è solo uno scenario iconico, ma una piattaforma ideale per favorire connessioni B2B efficaci, grazie a **un mix di accessibilità, reputazione vitivinicola e competenza organizzativa**. Il risultato è un evento tailor-made per il mercato italiano, che valorizza le specificità delle nostre cantine e le connette con buyer profilati e decisori reali del turismo esperienziale.

FINE Italy, dunque, si presenta come una risposta concreta alla necessità di fare sistema, generare valore e dare una direzione più strutturata all'enoturismo italiano e internazionale. Un appuntamento che, più che replicare un modello, lo reinventa alla luce delle potenzialità uniche del nostro Paese.

Qual è la vostra storia e cosa ha ispirato la creazione di un evento come FINE, soprattutto nel contesto dell’enoturismo globale?

(Alberto Alonso, DG Feria de Valladolid) – Feria de Valladolid è un consorzio dedicato all’organizzazione di fiere, congressi ed eventi che nel 2025 compie 60 anni. Nel nostro calendario sono presenti fiere e saloni che propongono diversi formati e tematiche: dal turismo delle aree interne alla meccanizzazione agricola, dalla tecnologia per le PMI all’automotive, fino alle location per riprese cinematografiche… e **dal 2020 anche** FINE, la fiera internazionale dell’enoturismo**.**

Il progetto è nato con l’obiettivo di dare visibilità **all’enoturismo, un’attività con ottime prospettive di crescita** che, nel caso della Spagna, **non solo estende la stagione turistica oltre i mesi estivi, ma genera occupazione e contribuisce a contrastare lo spopolamento nelle aree rurali.** Inoltre, si tratta di un evento con una valenza nazionale: l’enoturismo ci posiziona come destinazione nel panorama internazionale.

Siamo stati pionieri nel concentrarci esclusivamente sull’enoturismo e abbiamo scommesso su un modello professionale di respiro globale, con la partecipazione di tour operator da tutto il mondo. **Dopo l’esperienza di sei edizioni svolte a Valladolid, è entusiasmante lavorare con Riva del Garda per FINE Italy.**

L’enoturismo appare ancora frammentato, spesso legato a iniziative locali: crede che modelli fieristici come FINE possano

contribuire alla creazione di un “sistema enoturistico europeo” più integrato e competitivo, o è ancora troppo presto per pensare in questi termini?

Domanda molto interessante. L’enoturismo è fortemente legato al territorio, alla storia, alla cultura, al paesaggio, all’architettura… Nel caso di FINE in Spagna, per geografia e per convinzione, consideriamo la penisola iberica come una destinazione comune, soprattutto nei confronti dei mercati internazionali. Il fiume Duero è un buon esempio di questa “unificazione”, dell’abbattimento delle frontiere tra Spagna e Portogallo per quei viaggiatori che attraversano l’oceano per scoprire luoghi unici.

Uno dei contributi di FINE, a mio avviso, è proprio quello di dare visibilità all’enoturismo, favorendo l’analisi da parte dei professionisti e degli attori coinvolti nello sviluppo del settore, siano essi imprese private o enti pubblici. **In questo ambito è fondamentale la collaborazione pubblico-privata.** Lo scambio di opinioni, la condivisione di esperienze e conoscenze è sempre positivo, e da lì **possono nascere iniziative come quella di cui parla, ovvero un sistema europeo. Tuttavia, non mi sento di fare previsioni in tal senso.**

Proprio durante l’ultima edizione di FINE in Spagna si è discusso del diverso grado di “maturità” dell’enoturismo e delle varie tipologie di esperienze offerte: da una semplice degustazione con visita al vigneto e alla cantina fino a esperienze di lusso. In definitiva, vi è una grande varietà di proposte; le cantine stanno svolgendo un lavoro eccellente e **sono certo che le previsioni di crescita dell’enoturismo a livello mondiale si concretizzeranno.**

FINE Wine Tourism Marketplace ha riscosso un grande successo in Spagna. Quali sono le ragioni principali di questo successo e come pensate di replicarlo in Italia?

FINE è un progetto ben definito, rivolto a cantine, hotel e territori enoturistici come parte dell'offerta, mentre la domanda è rappresentata da tour operator e agenzie di viaggio specializzate. In sintesi, **FINE favorisce l'incontro tra professionisti con obiettivi comuni: è un luogo per fare business, ma anche per tastare il polso alle esigenze e alle sfide dell'enoturismo.** Per questo ci avvaliamo di esperti di riconosciuto prestigio che portano in primo piano temi interessanti come la formazione, la commercializzazione o l'adeguamento delle proposte ai diversi pubblici.

La preparazione di FINE Italy è stimolante, ed è un vero piacere lavorare insieme a Riva del Garda Fierecongressi. L'idea è di adattare il modello al mercato italiano, tenendo conto delle differenze significative tra i due Paesi, come il numero di enoturisti che ciascuno riceve ogni anno o il numero di cantine che accolgono visitatori: **l'Italia ha numeri molto superiori rispetto alla Spagna.**

Come dicevo, il concetto di FINE è globale e dall'Italia ci rivolgeremo non solo ai mercati a lungo raggio, ma anche a quelli di prossimità, come l'Europa centrale e i Paesi dell'Est.

Riva del Garda è una località ben nota per la sua bellezza e per il turismo sportivo e outdoor. Perché è stata scelta come sede per la prima edizione italiana

di FINE?

(Alessandra Albarelli – DG Riva del Garda Fierecongressi) – La scelta di Riva del Garda come sede per la prima edizione di FINE Italy non è casuale, ma il risultato di una combinazione strategica di fattori che la rendono la location ideale per un evento di questo genere.

Innanzitutto, la sua **posizione geografica è impareggiabile.** Riva del Garda si trova nel cuore dell'Europa, a una distanza equivalente da importanti centri come Roma e Monaco di Baviera. Questo la rende un **vero e proprio crocevia per i flussi turistici continentali, in particolare quelli legati all'enoturismo.** Essere al centro di questi movimenti significa massimizzare l'accessibilità e l'attrattiva per un pubblico internazionale interessato al settore.

In secondo luogo, **il territorio del Garda vanta una vocazione enologica e una notorietà internazionale ben consolidate.** L'area circostante ospita alcune delle zone vitivinicole più rinomate d'Italia, con eccellenze che si estendono da Brescia a Verona, dal Veneto al Trentino-Alto Adige. Questo tessuto enoturistico diffuso e di alto livello, caratterizzato da brand di grande impatto, offre a FINE Italy un contesto autentico e di prestigio, perfettamente in linea con la sua missione.

Infine, la scelta di Riva del Garda Fierecongressi è supportata da una comprovata expertise e una profonda conoscenza delle dinamiche fieristiche, una consolidata esperienza nei rapporti con i buyer e una grande capacità di attrarre operatori di settore.

In sintesi, **Riva del Garda consente a FINE Italy non solo un'ambientazione di grande bellezza, ma anche una piattaforma strategica che combina accessibilità, risonanza territoriale e competenza organizzativa**, elementi fondamentali per il successo della prima edizione italiana.

In che modo FINE Wine Tourism Marketplace Italy si differenzia da altri eventi enoturistici? Che tipo di valore aggiunto porta a partecipanti ed espositori?

FINE Wine Tourism Marketplace Italy si distingue nel panorama degli eventi enoturistici per il suo approccio innovativo e mirato, che va oltre la semplice esposizione per creare un vero e proprio ecosistema di valore per partecipanti ed espositori.

Un format “esperienziale”, progettato per massimizzare le opportunità di business; **non una semplice fiera, ma un marketplace dinamico dove l’offerta enoturistica di territori e cantine**, con la presenza di circa cinquanta aziende vinicole italiane e alcune internazionali, **incontra una domanda qualificata.** I visitatori avranno l’opportunità di degustare i prodotti nel Wine Hub, mentre gli stand degli espositori si configurano come vere e proprie workstation dedicate all’accoglienza dei buyer. Questo focus sui **numerosi appuntamenti B2B assicura interazioni mirate e concrete**, facilitando la creazione di partnership e l’espansione del mercato.

Altro punto fondamentale: il calendario di eventi e iniziative. La due giorni di ottobre ospiterà **tavole rotonde, seminari e incontri** con importanti opinion leader italiani e internazionali, offrendo un’analisi approfondita sulle dinamiche e le tendenze del turismo enogastronomico. Un esempio lampante è la partecipazione di **Roberta Garibaldi, Presidente dell’Associazione Italiana Turismo Enogastronomico**, che presenterà una ricerca esclusiva basata su una survey condotta direttamente sulle cantine. Questa indagine fornirà dati e spunti inediti, essenziali per orientare le strategie future delle imprese vitivinicole e degli operatori del settore.

Quali sono gli elementi di interesse principali di FINE Italy per le cantine italiane? Come può l’evento aiutarle a farsi conoscere a livello internazionale?

La forte vocazione internazionale di FINE è un altro elemento distintivo. Portare a Riva del Garda i principali “big player” delle regioni italiane insieme a realtà internazionali crea un crocevia di opportunità senza precedenti. **Le aziende sono incentivate a interagire e a ricercare opportunità di networking nei diversi spazi offerti dalla manifestazione**, dalle aree conferenze ai momenti conviviali come pranzi e cene, ai momenti B2B schedulati nelle loro agende. Questa atmosfera favorisce la costruzione di relazioni significative e lo scambio di idee tra professionisti del settore provenienti da tutto il mondo.

Nel format dell’evento, c’è un forte focus sui meeting B2B. Come viene garantita l’efficacia di questi incontri e come scegliete i buyer che partecipano a FINE Italy? Cosa rende un buyer adatto a questo evento?

L’efficacia degli incontri B2B a FINE Italy è garantita da una rigorosa selezione dei buyer. **Ci assicuriamo che ogni partecipante sia il “reale” compratore della sua azienda e che l’azienda stessa abbia un focus specifico sul turismo del vino.** Non cerchiamo genericamente operatori, ma figure con potere decisionale e un’attività consolidata nel settore enoturistico. **Questa selezione “forte” è resa possibile dalla nostra collaborazione con Feria de Valladolid**, che vanta una comprovata professionalità e sensibilità nell’identificare i profili più adatti. Questo approccio garantirà opportunità concrete di business, favorendo connessioni significative e

generando valore reale per tutti i partecipanti.

Punti chiave:

1. **FINE Wine Tourism Marketplace Italy nasce dalla collaborazione tra Spagna e Italia**, con l'obiettivo di creare un evento enoturistico professionale, esperienziale e internazionale.
2. **Riva del Garda è stata scelta come sede strategica**, grazie alla sua accessibilità, al prestigio vitivinicolo del territorio e alla competenza organizzativa della Fierecongressi.
3. **L'evento è focalizzato sul B2B qualificato**, con incontri tra cantine selezionate e buyer realmente attivi nel settore del turismo esperienziale.
4. **Il format include degustazioni, seminari e una ricerca esclusiva sul turismo del vino**, presentata da Roberta

Garibaldi, per offrire strumenti concreti agli operatori.

5. **FINE Italy rappresenta un modello replicabile e scalabile**, pensato per rafforzare l’enoturismo italiano e inserirlo in un sistema europeo condiviso.