

Wines Experience London, scommessa vinta: il business ritrova il tempo della relazione

scritto da Emanuele Fiorio | 8 Maggio 2026



Il debutto di Wines Experience a Londra segna una svolta per l'export vinicolo italiano, attraverso un cambio di paradigma che supera la logica dei classici stand affollati per puntare su lounge private e incontri profilati. Con 1.500 buyer selezionati, il format di United Experience trasforma la degustazione in uno strumento di business strategico, tracciando una rotta internazionale che toccherà Vietnam e Messico entro la fine del 2026.

Si è conclusa presso l'ExCeL London la prima edizione di [Wines Experience](#), il format B2B che ha scelto la capitale britannica

per lanciare una sfida al modello fieristico tradizionale. Organizzata da **United Experience** – joint venture tra **Fiere Italiane SEA** e **BolognaFiere Group** – la manifestazione ha registrato la presenza di **1.500 buyer selezionati**, confermando come il trade riconosca ormai il valore di un approccio costruito sulla **qualità degli incontri** e sulla **corretta profilazione**.

Un'agilità necessaria in mercati competitivi

L'evento nasce in un momento di profonda trasformazione del settore. Come spiegato da **Antonio Bruzzone, Amministratore Delegato di BolognaFiere Group**, realizzare a Londra una fiera dedicata al vino italiano è stata una *«grande sfida, in una piazza estremamente competitiva e al tempo stesso molto stimolante»*. Secondo Bruzzone, l'investimento in questo progetto risponde a un cambiamento radicale nelle dinamiche commerciali: *«Con la continua evoluzione dei mercati internazionali, la **necessità di piattaforme trade più agili diventa sempre più cruciale**»*.

I segnali incoraggianti di questa prima edizione indicano che **Wines Experience London** ha rappresentato *«un primo passo importante verso un percorso più strutturato, con l'obiettivo di accompagnare le imprese italiane in un dialogo sempre più efficace con i mercati internazionali»*.

Cambio di paradigma: oltre lo stand tradizionale

Al cuore dell'innovazione c'è il superamento della logica dei classici stand, i produttori hanno accolto i professionisti in **lounge dedicate**, progettate per favorire **degustazioni sedute** e conversazioni d'affari più tranquille e approfondite. Il format ha riunito **150 cantine e 50 produttori food**, selezionati con un'attenzione particolare alla **sostenibilità**,

all'identità regionale e agli approcci a basso intervento.

Maurizio Muzzetta, fondatore di United Experience e Presidente di FiereItaliane Sea, ha sottolineato come il trade abbia apprezzato questo nuovo approccio, *«più concentrato sulla relazione diretta tra produttore e compratore»*.

L'obiettivo dichiarato è quello di **sanare un processo che negli anni è divenuto dispersivo**. *«Una fiera funziona al meglio quando crea le condizioni per relazioni significative. Attraverso i nostri confronti con il trade, è emerso chiaramente che questo processo è diventato frammentato, dispendioso in termini di tempo e costoso»*, ha precisato Muzzetta.

Da qui l'idea di un **format più intuitivo**: *«Wines Experience è una vera fiera, ma costruita in modo diverso, dove produttori e buyer possono finalmente sedersi, degustare insieme e discutere con calma davanti a un bicchiere di vino. È da questa qualità del confronto che nascono relazioni più solide e opportunità commerciali più concrete»*.

Meno pressione, più business

L'efficacia commerciale del format è strettamente legata all'atmosfera creata per gli operatori. **Silvia Raffa, Managing Director di Wines Experience London**, ha spiegato che gran parte del lavoro è consistito nel *«rendere la partecipazione intuitiva e facile da orientare, creando al contempo uno spazio che incoraggi creatività e collaborazione»*.

La tesi alla base del progetto è che **un ambiente sereno favorisca accordi migliori**: *«Quando le persone si sentono meno sotto pressione e percepiscono l'energia dell'ambiente in cui si trovano, questo porta naturalmente a conversazioni più significative, connessioni più solide e, in ultima analisi, risultati di business più forti, che vanno ben oltre la fiera»*.

A supporto di questa visione, l'evento ha messo in campo strumenti tecnologici e analitici per **ottimizzare il tempo degli operatori**:

- **Matchmaking mirato**: Una piattaforma che ha permesso ai buyer di filtrare i produttori per categoria e stile, programmando l'agenda prima dell'arrivo.
- **Blind Tasting Experience**: Un'area dedicata alla valutazione dei vini senza etichetta, con feedback raccolti in tempo reale.
- **Data Hub**: Un sistema per organizzare gli input dei partecipanti e trasformarli in preziose indicazioni di mercato.
- **Dialogue in Motion**: Un format di discussione dinamico che ha sostituito i rigidi panel tradizionali con scambi più fluidi tra i protagonisti.

Formazione e orizzonti globali

La riuscita del salone ha beneficiato anche del sostegno istituzionale di **ITA – Italian Trade Agency**, presente con una collettiva di oltre 20 aziende, e del contributo di esperti internazionali. Master of Wine come **Sarah Abbott** e **Justin Knock**, insieme a professionisti come **Vincenzo Arnese**, **Matteo Montone** e **Filippo Bartolotta**, hanno animato masterclass di alto profilo, spaziando dal mercato britannico alla sostenibilità, tema quest'ultimo approfondito grazie alla collaborazione con **Slow Wine Fair** e **SANA Food**.

Dopo il debutto londinese, il calendario 2026 di Wines Experience è già tracciato: la manifestazione si sposterà a [Ho](#)

[Chi Minh City](#) il 25 e 26 giugno e a [Città del Messico](#) il 5 e 6 novembre. L'ambizione finale è quella di una crescita inclusiva: se nel 2026 il focus resta il prodotto italiano, **dal 2027 il progetto prevede l'apertura ai produttori di tutto il mondo**, consolidando un modello che mette la relazione al centro del business.

Prossimi appuntamenti	Date	Mercato	Partecipa
Ho Chi Minh City, Vietnam	25 – 26 Giugno 2026	L'hub strategico per il Sud-est asiatico e i nuovi consumatori.	https://winesexperience.com/ho-chi-minh-city-wine-expo-2026
Città del Messico, Messico	5 – 6 Novembre 2026	La porta d'accesso premium per l'America Latina.	https://winesexperience.com/mexico-city-wine-expo-2026

Punti chiave:

1. **Successo al debutto** presso l'ExCeL London con la partecipazione di 1.500 buyer internazionali altamente profilati.
2. **Innovazione del format** basata sul superamento dello stand tradizionale a favore di lounge dedicate per degustazioni sedute e relazioni di qualità.
3. **Integrazione tecnologica** attraverso piattaforme di matchmaking preventivo, Blind Tasting Experience e analisi dei dati tramite Data Hub.
4. **Supporto istituzionale e tecnico** garantito da Agenzia ITA e dalla partecipazione di Master of Wine e sommelier di fama mondiale.
5. **Espansione internazionale** già calendarizzata per il 2026 a Ho Chi Minh City e Città del Messico, con apertura globale prevista per il 2027.

