

Vinitaly 2026: tra mercato in affanno e voglia di rinascimento

scritto da Fabio Piccoli | 9 Aprile 2026



La 58^a edizione di Vinitaly si apre a Verona in un momento complesso per il vino italiano: consumi in calo, mercati affaticati e un contesto internazionale instabile. Nonostante le difficoltà, la manifestazione resta la vetrina più importante del settore, arricchita quest'anno dall'ingresso strutturato dell'enoturismo. La sfida è trasformare la resistenza in visione.

Ogni anno, all'apertura di Vinitaly, mi ritrovo più o meno con lo stesso pensiero: l'editoriale iniziale potrei scriverlo anche alla fine della manifestazione, cambiando poco o nulla. Perché **Vinitaly, un po' come Sanremo, ha un suo rito che si ripete.** Cambiano i protagonisti, cambiano le polemiche,

cambiano gli slogan, ma **il copione resta spesso molto simile**. I sorrisi devono prevalere sulle preoccupazioni, la festa deve avere la meglio sul confronto vero, l'immagine deve continuare a correre più veloce della sostanza.

Eppure anche quest'anno, come sempre, eccomi qui a guardare a Verona con attenzione, curiosità e perfino con un po' di fiducia. Perché Vinitaly resta Vinitaly. E perché, nonostante tutto, continua a essere **il luogo dove il vino italiano si mette in vetrina, si racconta, si confronta e soprattutto misura il proprio stato di salute**.

La verità è che questa 58^a edizione si apre in un momento tutt'altro che facile. Il mercato del vino sta vivendo una fase complessa, forse una delle più delicate degli ultimi anni. I consumi non danno segnali rassicuranti, i mercati appaiono stanchi, la fiducia non è quella di un tempo. A tutto questo si aggiunge un contesto internazionale pesante, segnato da conflitti che non solo destabilizzano gli equilibri geopolitici, ma finiscono inevitabilmente per condizionare anche le dinamiche economiche, i costi di produzione, i prezzi delle materie prime, l'umore stesso delle imprese.

Diciamolo chiaramente: **se avessimo il potere di spingere i governanti di oggi verso scelte meno scellerate, lo faremmo senza esitazione**. Ma sappiamo anche che, molto probabilmente, perderemmo solo tempo. E questo, oltre a far arrabbiare, lascia addosso un senso di impotenza. Perché sarebbe bello vedere interi comparti economici alzare la voce, ribellarsi ufficialmente a decisioni folli, a strategie miopi, a silenzi sempre più incomprensibili. E invece troppo spesso prevale la prudenza, o peggio ancora l'assenza di posizione. Anche da parte di chi dovrebbe almeno provare a contrastare scelte che sembrano danneggiare tutti, senza che sia facile capire chi possa davvero beneficiarne, se non l'industria delle armi.

Dentro questo scenario arriva Vinitaly 2026. E allora la domanda vera è: **come si presenta oggi il vino italiano alla**

sua fiera più importante?

Io credo si presenti per quello che è: un **settore straordinario, ricco di eccellenze, di territori, di competenze e di identità, ma allo stesso tempo attraversato da incertezze profonde**. Non serve raccontarsi favole. Sarebbe sbagliato nascondere la fatica dietro la scenografia. Ma sarebbe altrettanto sbagliato confondere le difficoltà del momento con un'idea di declino inevitabile.

In questi mesi abbiamo visto la crescita ulteriore di Wine Paris, che ormai si è accreditata come grande appuntamento internazionale del vino. Abbiamo visto anche il netto ridimensionamento di ProWein, tornata a una dimensione più germanica ed eurocentrica. E in questo quadro Vinitaly continua ad avere una sua identità precisa, forse meno internazionale di altre fiere sotto certi aspetti, ma ancora fortissima nel rappresentare il vino italiano e nel portarlo davanti a una platea ampia, non composta soltanto da operatori.

È questo, secondo me, uno degli aspetti che rendono Verona ancora centrale: **Vinitaly non è solo una fiera, è una piazza**. Una grande piazza del vino italiano, dove convivono business, relazioni, promozione, politica, territori, racconto e inevitabilmente anche molta rappresentazione. A volte perfino troppa.

Sul fronte del business, come accade da sempre, sarà difficile capire quanto davvero si costruirà in questi quattro giorni. Non perché il business non conti, ma perché **a Vinitaly la comunicazione ha quasi sempre battuto il commercio**. Non mi pare una tesi scandalosa: è un dato che chiunque frequenti questa manifestazione da anni conosce bene.

Basta guardare quello che succede nelle ore immediatamente precedenti all'apertura. In redazione continuano ad arrivare inviti a eventi, cene, degustazioni, masterclass, appuntamenti

speciali. E dietro ogni invito c'è, legittimamente, lo stesso messaggio: "ci siamo, venite a trovarci, venite ad ascoltarci, venite ad assaggiare quello che abbiamo da raccontare". Tutto comprensibile, tutto giusto. Ma ogni volta mi torna lo stesso dubbio, che ormai è quasi una certezza: **quante di queste aziende concentrano in questi quattro giorni tutte le loro cartucce della comunicazione, per poi sparire o quasi nel resto dell'anno?**

Anche sul fronte buyer, poi, le domande restano aperte. Quanti arriveranno davvero a Verona con la volontà concreta di ampliare o modificare il proprio portfolio? Parlando con alcuni produttori ed export manager che in questi giorni stanno testando la piattaforma di matching, l'impressione non è quella di un entusiasmo travolgente. Ma anche qui sarebbe troppo comodo attribuire tutto a Vinitaly. La verità è che il problema sta molto più a monte: **il mercato del vino, oggi, manda segnali di evidente stanchezza e questa stanchezza si riflette inevitabilmente anche nelle fiere.**

Questo deve influenzare il mio approccio a Vinitaly? Francamente no. E non lo dico per dovere d'ufficio o per ottimismo di facciata. Lo dico perché **penso che proprio nei momenti più complicati serva osservare meglio, raccontare meglio, distinguere meglio.** E perché anche quest'anno non mancano elementi di interesse e di novità.

Uno su tutti è l'ingresso più strutturato dell'enoturismo, con l'area Vinitaly Tourism. È un segnale importante, non secondario, perché ci dice che il vino continua a cercare nuove strade per raccontarsi e per creare valore. E se l'enoturismo entra davvero in modo forte dentro Vinitaly, allora la manifestazione veronese si arricchisce di un tassello che oggi è fondamentale: il legame tra vino, territorio, accoglienza ed esperienza. **Su questo fronte, come Wine Meridian, in collaborazione con Wine Tourism Hub, abbiamo avuto modo di dare un contributo concreto all'organizzazione, e per questo guardiamo a questa novità con ancora maggiore**

attenzione.

Per una volta, quindi, preferisco non fare previsioni. Non mi interessa indovinare in anticipo se questa sarà un'edizione brillante o deludente, e nemmeno infilarmi subito nel solito bilancio già scritto prima ancora che tutto cominci. **Mi interessa molto di più entrare in fiera, ascoltare, vedere, capire, raccogliere segnali reali.**

Come sempre lo faremo con tutta la nostra squadra, monitorando l'andamento della manifestazione con la massima attenzione. Ma soprattutto lo faremo con un auspicio: che Vinitaly 2026 riesca, nonostante tutto, a raccontare qualcosa di più di una semplice resistenza. Che riesca a suggerire non l'idea di un settore che si difende e basta, ma quella di un comparto che prova ancora a reinventarsi, a reagire, a costruire.

Perché oggi, più che mai, **il vino italiano ha bisogno non di una recita rassicurante, ma di una visione.**

E se Verona saprà offrire anche solo qualche segnale in questa direzione, allora potremo davvero parlare non di declino, ma di voglia di rinascimento.

Punti chiave

- 1. Vinitaly 2026 si apre in uno dei momenti più difficili per il mercato del vino, con consumi incerti e costi crescenti.**
- 2. Il vino italiano resta straordinario per eccellenze e identità, ma attraversato da incertezze profonde che non vanno minimizzate.**
- 3. Vinitaly non è solo una fiera: è la grande piazza del vino italiano, dove business, territorio e comunicazione si incontrano.**
- 4. L'enoturismo entra strutturalmente a Vinitaly con l'area**

Tourism, segnale importante del legame tra vino, territorio ed esperienza.

5. **Il settore ha bisogno di visione, non di rassicurazioni:** Verona può essere il luogo dove nasce un vero rinascimento del vino italiano.