Wine Paris 2026 in mostra la Grandeur d’Italie

scritto da Fabio Piccoli | 9 Febbraio 2026



Wine Paris 2026 registra una presenza italiana record con oltre 1.350 espositori su 6.500 totali. La prima giornata evidenzia il paradosso di un’Italia che sostiene la principale fiera del suo competitor francese, tra numeri impressionanti, interrogativi sull’equilibrio espositori-buyer e speranze di rilancio del settore vitivinicolo.

La prima evidenza che emerge da questa edizione di Wine Paris – e che rappresenta il filo conduttore di queste prime impressioni raccolte al termine della giornata inaugurale – è chiara: **l’Italia è oggi la nazione vitivinicola che più ha creduto, e continua a credere, nella manifestazione francese, contribuendo in modo concreto al suo accreditamento come principale evento fieristico internazionale del vino**.

Chi avrebbe mai immaginato che sarebbe stato proprio il nostro Paese a sostenere la crescita di una fiera che si svolge nel principale Paese competitor del vino italiano? Eppure i numeri parlano chiaro. La presenza italiana è stata davvero massiccia: **oltre 1.350 espositori su circa 6.500 totali, distribuiti principalmente nei padiglioni 5 e 2, con una buona rappresentanza anche nel padiglione internazionale numero 4**.

Se quindi qualcuno si aspettava la classica grandeur francese, possiamo dire che i "muscoli", se così vogliamo definirli, li ha mostrati soprattutto l'Italia. Resta però da capire se lo abbiamo fatto per darci coraggio o per incutere timore ai competitor.

La prima domanda da porsi è dunque: perché l'Italia del vino crede così tanto in Wine Paris? In questa prima giornata non siamo riusciti a comprenderlo fino in fondo. Come prevedibile, al di là degli appuntamenti già fissati, le aziende che speravano in contatti casuali o passaggi fortuiti hanno spesso dovuto tenere chiuse le loro bottiglie. I giudizi più completi arriveranno mercoledì.

Possiamo però già osservare che **all'aumentare del numero degli espositori diventa inevitabilmente più difficile mantenere alto il livello di soddisfazione**, considerando che i buyer non possono moltiplicarsi come i pani e i pesci senza un intervento divino.

Interessante, anche se forse un po' illusoria, la riflessione di un direttore di un importante consorzio di tutela del vino italiano, secondo cui **una fiera B2B dovrebbe avere il coraggio di stabilire un numero chiuso di espositori coerente con una presenza realistica di buyer e operatori.** Un ragionamento condivisibile, ma difficile da applicare finché le fiere vivono della vendita degli spazi espositivi e i produttori faticano a fare scelte meno emotive, evitando di seguire il gregge dove si concentra la maggioranza.

Nonostante questo, l'umore del primo giorno è stato complessivamente positivo. Le grandi fiere internazionali spingono infatti i produttori verso una visione più ottimistica: v**edersi insieme a tanti colleghi aiuta a condividere paure ma anche, per fortuna, le numerose speranze ancora presenti nel settore.**

Speranze che, nell'ampia area francese, sono state rafforzate dall'intervento del primo ministro Macron, che ha dispensato ottimismo ai produttori nazionali e in particolare a quelli dello Champagne. Il 2025 è stato infatti per loro un vero *annus horribilis*, con perdite abbondantemente in doppia cifra e la decisione dell'interprofessione di ridurre le rese a 90 quintali per ettaro in modo uniforme: una scelta probabilmente sostenibile per le grandi maison, ma decisamente più pesante per le realtà più piccole.

Tornando all'Italia, **va segnalato che il padiglione 2 è apparso il più penalizzato in termini di posizione e afflusso, almeno in questa prima giornata.** E questo nonostante la presenza di alcuni dei brand più prestigiosi del nostro Paese e una forte rappresentanza del Franciacorta, con numerosi protagonisti delle nostre bollicine di alta gamma. Viene spontaneo chiedersi se gli organizzatori francesi non ci abbiano riservato, pur dignitosamente, una sorta di "sottoscala", collocandoci comunque vicino all'area Be No, dedicata ai vini dealcolati e considerata una delle aree più trendy del momento.

A proposito di trend, l'area che nelle nostre visite è risultata più affollata è stata senza dubbio la Be Spirits, dedicata ai superalcolici. Un settore che sembra non conoscere crisi e che anzi oggi appare in grande forma, nonostante le numerose analisi che raccontano un consumatore sempre più orientato al salutismo. Salutismo che sembra riguardare soprattutto il vino, mentre gin, tequila, whisky e vodka continuano a godere di ottima salute.

Questa prima giornata, più che fornire risposte definitive, ha aperto numerosi interrogativi sul futuro delle grandi fiere internazionali del vino e sul ruolo che l'Italia intende giocare in questo scenario. **La sensazione è quella di un settore che, pur attraversando una fase complessa a livello globale, continua a investire su visibilità, presenza internazionale e relazioni commerciali, forse anche per reagire a un contesto di mercato più incerto rispetto al passato**.

Wine Paris, da questo punto di vista, rappresenta sempre più un termometro degli equilibri internazionali del vino: non solo una piattaforma commerciale, ma anche uno spazio dove si misura il peso politico, economico e identitario dei diversi Paesi produttori. E in questo quadro l'Italia appare oggi tra i protagonisti assoluti.

Resta da capire – e lo scopriremo nei prossimi giorni – se questa **presenza massiccia si tradurrà in risultati concreti in termini di business, posizionamento e nuove opportunità commerciali.** Per ora possiamo dire che il comparto vitivinicolo italiano continua a dimostrare una grande capacità di reazione, una forte voglia di esserci e, soprattutto, la consapevolezza che nei momenti di cambiamento non partecipare significa rischiare di uscire dal gioco.

Le prossime giornate ci diranno se questa scelta sarà stata solo una dimostrazione di forza o anche un investimento realmente produttivo per il futuro del vino italiano. Nel frattempo, Wine Paris 2026 si conferma già come uno dei crocevia più importanti per capire dove sta andando il vino mondiale – e quale posto l'Italia vuole continuare ad occupare in questa geografia in continua evoluzione.

Punti chiave

1. **Oltre 1.350 espositori italiani su 6.500 totali** rendono l’Italia protagonista assoluta di Wine Paris 2026.
2. **Interrogativi sull’equilibrio tra numero crescente di espositori e presenza limitata di buyer** qualificati alla fiera.
3. **Champagne in crisi con perdite in doppia cifra nel 2025** e riduzione delle rese a 90 quintali per ettaro.
4. **Settore spirits in crescita con l’area Be Spirits più affollata**, contrariamente alle tendenze salutiste del consumo di vino.
5. **Wine Paris come termometro degli equilibri internazionali del vino** e del peso politico-economico dei Paesi produttori.