

Inaugurazione Vinitaly: parole d'ordine? De- escalation, collaborazione e “no panic”

scritto da Emanuele Fiorio | 6 Aprile 2025



L'inaugurazione della 57^a edizione di Vinitaly si è trasformata in un vero e proprio summit sul futuro del vino italiano. Al centro il nodo dei dazi USA: no a dazi ritorsivi, sì al dialogo, alla de-escalation e alla collaborazione euro-atlantica. Tra preoccupazioni e nuove strategie, i produttori chiedono risposte concrete e l'Europa è chiamata a non restare indietro.

Un'inaugurazione che è sembrata quasi un summit sul futuro del vino italiano. Alla 57^a edizione di **Vinitaly**, il tema dei **dazi americani** ha catalizzato l'attenzione dei protagonisti

istituzionali e dei produttori presenti a Verona. La cerimonia ufficiale si è aperta con i numeri che confermano la forza della manifestazione: 4.000 espositori, 18 padiglioni, 100.000 mq di superficie espositiva, 140 Paesi rappresentati e 30.000 buyer.

Ma l'attenzione si è presto spostata **sull'attualità geopolitica e commerciale**. Il presidente di Veronafiere, **Federico Bricolo**, ha ricordato la "leadership mondiale di Vinitaly" e l'impegno per affiancare le aziende italiane nei mercati esteri: *"Per avere i top buyer c'è una grande sinergia, un lavoro fatto di promozione in giro per il mondo. Siamo stati in Kazakistan, India, e a maggio saremo in Cina e in Sud America. A ottobre torniamo a Chicago con ICE Agenzia"*.

Il più netto e strategico tra gli interventi è stato quello del **Ministro delle Imprese e del Made in Italy, Adolfo Urso**, che ha delineato un piano politico chiaro per evitare un'escalation commerciale con Washington. *"L'Italia è il Paese che sa meglio reagire alle crisi. Niente panico, responsabilità: non reazioni di pancia ma di cervello"*, ha detto. E ancora: *"Se mettendo i dazi agli USA ci facciamo ancora più male, evitiamoli. Dobbiamo dire che non li aumentiamo ma li riduciamo"*. Urso ha proposto la creazione di un'area di libero scambio **euro-atlantica**, *"che costituirebbe l'area commerciale più potente del mondo"*, riprendendo anche una suggestione di Elon Musk.

Accanto alla visione strategica, anche dati concreti: **"L'impatto dei dazi sulla crescita UE sarà dello 0,3%. Se l'Europa introducesse misure di ritorsione, salirebbe allo 0,5%"**, ha avvertito. Il messaggio è chiaro: evitare ritorsioni dell'UE, preservare la competitività del vino italiano e mantenere saldi i rapporti con il principale alleato extra-europeo.

Emerge chiaramente la consapevolezza che il vino italiano non può più contare solo su mercati consolidati, serve visione,

diplomazia e capacità di reazione. E serve anche un'Europa unita, come ha sottolineato la vicepresidente del Parlamento Europeo **Antonella Sberna**: *“Una bottiglia su 5 nel mondo è italiana, ma i dazi e la burocrazia minacciano il commercio. Manifestazioni come Vinitaly sono la risposta giusta, da costruire in sinergia”*.

Il presidente di Regione Veneto **Luca Zaia** ha evidenziato il rapporto privilegiato del governo con l'amministrazione Trump: *“Noi esportiamo il 37% dei nostri vini negli USA. L'Italia è l'unico Paese del G7 davvero “USA friendly”: dobbiamo essere noi il perno del dialogo”*.

*“Credo che la strada che abbiamo intrapreso sia quella corretta: aprire nuovi mercati e consolidare quelli che abbiamo. **Non intendiamo rinunciare agli Stati Uniti**, credo che la trattativa si risolverà con una revisione”* ha concluso **Francesco Lollobrigida, Ministro dell'Agricoltura**. *“Siamo una superpotenza dal punto di vista della qualità: **il nostro valore aggiunto è tutto ciò che non è delocalizzabile, come il vino**. Dobbiamo lavorare contro la criminalizzazione del prodotto e contro l'Italian sounding per far capire cosa distingue il Made in Italy”*.

Dal palco e dai corridoi del Vinitaly arrivano anche **le voci dei produttori**, che affrontano il tema con lucidità. **Antonio Michael Zaccheo**, titolare di **Carpineto**, azienda che esporta il 90% del fatturato, ha affermato: *“Il vino italiano rimarrà competitivo, ma prevedo che perderà il 20% del fatturato in USA. I prezzi saliranno mediamente del 20% sullo scaffale”*. A soffrire di più saranno i vini della fascia entry-level, mentre *“per i prodotti di alta qualità la domanda reggerà meglio”*. Carpineto sta già investendo in nuovi mercati: *“Abbiamo avviato rapporti con Uzbekistan, Azerbaijan, Kazakistan, e stiamo esplorando alcune nicchie in Africa”*.

Più ottimista il tono di **Alessio Planeta**, CEO di **Planeta**, che invita alla calma e alla responsabilità: *“Di fronte ai dazi,*

serve un approccio 'no panic' e di armonizzazione. Dobbiamo collaborare lungo tutta la filiera, anche rinunciando a una parte del margine per evitare che i costi si riversino sul consumatore". Planeta sottolinea anche il **valore strategico del turismo americano in Italia**: *"È fondamentale per la Sicilia e l'intero Paese. Serve mantenere rapporti sereni con chi sceglie l'Italia come meta".*

Il **Consorzio Valdarno di Sopra DOC**, invece, lancia un appello a riformare le normative italiane ed europee per rendere più veloce la reazione ai cambiamenti di mercato: *"Non è più tempo di parole ma di fatti. Bisogna alleggerire le norme, rivedere i disciplinari, rendere più accessibili i fondi OCM".*

Infine, anche **Sandro Bottega** e **Roberto Bruno**, CCO di Fontanafredda, ribadiscono l'importanza di non farsi trovare impreparati. *"Gli USA rappresentano il 10% del nostro fatturato. Affronteremo la sfida mantenendo contenuti i prezzi e puntando su un'alleanza europea forte"*, ha detto Bottega. Bruno ha sottolineato il valore della **diversificazione**: *"Il nostro primo mercato è il Canada, dove potremmo anche beneficiare dei dazi contro i vini USA. Ma dovremo esplorare i Brics e mercati finora marginali".*

E mentre si brinda all'apertura della più grande fiera del vino italiano, resta chiaro che la sfida è appena iniziata. Il vino italiano, ancora una volta, dovrà dimostrare di saper navigare le onde del mercato globale con resilienza e qualità.

Punti chiave:

1. **Focus sui dazi USA:** l'inaugurazione di Vinitaly si è concentrata sull'impatto delle nuove politiche commerciali statunitensi e sul rischio di escalation commerciale.

2. **Linea governativa chiara:** il Ministro Urso propone una de-escalation con gli USA, nessun dazio ritorsivo e un'area di libero scambio euro-atlantica per evitare un impatto ancora maggiore sul Made in Italy.
3. **Reazioni dei produttori:** tra timori di perdita di fatturato (Carpineto) e inviti alla responsabilità e alla collaborazione (Planeta), le aziende si preparano a nuovi equilibri.
4. **Necessità di riforme:** dal Consorzio Valdarno di Sopra l'appello per snellire burocrazia e rendere più efficaci strumenti come i fondi OCM.
5. **Diversificazione mercati:** Fontanafredda e altri player spingono su mercati alternativi come Canada, BRICS e Africa per ridurre la dipendenza dagli USA.