FINE Italy 2025: successo per il primo salone B2B dell’enoturismo a Riva del Garda

scritto da Redazione Wine Meridian | 29 Ottobre 2025



La prima edizione di FINE #WineTourism Marketplace Italy a Riva del Garda ha registrato un grande successo con 76 espositori, 74 buyer internazionali e 1440 incontri business. L’evento, organizzato da Riva del Garda Fierecongressi e Feria de Valladolid, ha evidenziato il potenziale dell’enoturismo italiano, settore da 3 miliardi di euro in costante crescita.

Grande successo per la prima edizione di FINE #WineTourism Marketplace Italy, il Salone italiano B2B organizzato da Riva del Garda Fierecongressi e Feria de Valladolid, **dedicato al settore dell’enoturismo** che si è concluso oggi al Quartiere

Fieristico di Riva del Garda.

Una due giorni che ha coinvolto **76 espositori italiani e internazionali, e 74 buyer provenienti da 24 Paesi; oltre 1440 gli incontri di business mirati, l'89% dei quali nati da una preferenza reciproca tra domanda e offerta**. Un ottimo risultato, frutto di un intenso lavoro di matching e selezione che ha confermato l'efficacia del format.

"Siamo lieti di aver messo il nostro territorio al centro della mappa dell'enoturismo europeo. FINE Italy non è solo una manifestazione di successo, ma un vero e proprio motore di sviluppo e di promozione del Trentino – ha dichiarato il **Presidente di Riva del Garda Fierecongressi, Roberto Pellegrini**. – Abbiamo dimostrato che l'enoturismo, se approcciato con un format business mirato e di respiro internazionale, è capace di qualificare ulteriormente la nostra destinazione, creando valore per tutte le filiere coinvolte".

Soddisfazione anche tra i partner spagnoli. "Per noi è motivo di grande orgoglio aver avviato questo progetto insieme a Riva del Garda Fierecongressi e a tutti i partner che lo hanno sostenuto. Si tratta di una tappa significativa nei nostri 60 anni di storia, poiché per la prima volta abbiamo organizzato un evento al di fuori dei confini della Spagna – ha dichiarato il **Direttore Generale di Feria de Valladolid, Alberto Alonso**. – Ma, soprattutto, FINE Italy rappresenta il consolidamento di un'iniziativa che, fin dal 2020, si è distinta per il suo carattere pionieristico, favorendo l'apertura a nuovi mercati e contribuendo in modo concreto allo sviluppo dell'enoturismo europeo".

Patrocinato da ENIT – Agenzia Nazionale del Turismo, dal Ministero dell'Agricoltura, della Sovranità Alimentare e delle Foreste, dal Ministero delle Imprese e del Made in Italy e dal Ministero del Turismo, FINE Italy è stato il palcoscenico di incontro di tutto il settore del wine tourism.

“Lo scorso anno abbiamo riconquistato il primo posto a livello mondiale nella produzione di vino, posizione che avevamo perso nel 2023, e il nostro export vinicolo ha raggiunto il traguardo degli 8 miliardi di euro di fatturato. Sempre più turisti stranieri scelgono l’Italia per il buon vino, e l’enoturismo genera un giro d’affari che si aggira intorno ai 3 miliardi di euro, in costante crescita. – ha dichiarato il **Ministro del Turismo, Daniela Santanchè** nel suo messaggio condiviso in occasione dell’inaugurazione dell’evento. – Questi risultati economici non sono solo motivo di orgoglio, ma testimoniano come il vino sia parte integrante della nostra cultura e del nostro modo di vivere”. Il Ministro ha inoltre evidenziato come le esperienze enoturistiche siano sempre più richieste, trasversali e strutturate, capaci di integrare vino, aree rurali e piccoli borghi, e aprano così un canale aggiuntivo per la distribuzione e la destagionalizzazione dei flussi.

Le ha fatto eco **Alessandra Priante, Presidente ENIT – Agenzia Nazionale del Turismo**, intervenuta con un videomessaggio, a sottolineare che “oggi l’enoturismo rappresenta un’importante occasione di crescita per le aziende vitivinicole italiane; ci troviamo di fronte a turisti consapevoli e molto motivati rispetto alla destinazione e, in tale contesto, l’enogastronomia è un volano fondamentale. Strutturarsi per ricevere flussi turistici significa iniziare a capire il potenziale che questo comparto genera, basti pensare che negli ultimi dieci anni il turismo del vino in Italia è cresciuto del 176%”.

Questa iniziativa è frutto di una collaborazione e visione condivisa anche con la Provincia autonoma di Trento. Roberto Failoni, Assessore all’artigianato, commercio, turismo, foreste, caccia e pesca, intervenuto all’inaugurazione assieme all’Assessore all’agricoltura, promozione dei prodotti trentini, ambiente, difesa idrogeologica e enti locali, Giulia Zanotelli, ha evidenziato che “la prima edizione dell’evento

segna un momento significativo per il territorio e per l'intero settore dell'enoturismo. Il Trentino si conferma luogo di incontro tra esperienze, culture e professionalità capaci di generare valore e promuovere la ricchezza dei paesaggi e delle tradizioni trentine; è una leva strategica per lo sviluppo economico e territoriale, perché unisce il saper fare delle imprese agricole alla bellezza dei luoghi, crea occupazione e promuove un modello di turismo davvero a 360 gradi".

La valenza strategica di questo settore è stata al centro degli interventi di **Blanca Pérez-Sauquillo Lopez Direttrice dell'Ente Spagnolo del Turismo– Turespaña e Silvio Rigatti, Presidente di Garda Dolomiti**. Entrambi hanno concordato sul fatto che il settore rappresenti un fattore chiave per la destagionalizzazione e un modello virtuoso di collaborazione tra pubblico e privato, essenziale per una crescita sostenibile e integrata del valore territoriale.

In un momento in cui il mercato è in forte evoluzione, una manifestazione come FINE Italy può favorire da un lato lo sviluppo commerciale, dall'altro supportare le aziende italiane ad essere maggiormente pronte rispetto alle richieste dell'enoturismo internazionale.

"FINE Italy è una piattaforma professionale che l'enoturismo italiano merita per consolidare il suo percorso di crescita e rafforzare la competitività in un contesto globale in forte evoluzione. Un contenitore aperto e condiviso, nato dall'ascolto delle reali esigenze di chi, da anni, contribuisce allo sviluppo del settore – ha dichiarato **Alessandra Albarelli, Direttrice Generale di Riva del Garda Fierecongressi**. – Il successo di questa edizione è dato proprio dal patto di fiducia e rispetto con l'intero sistema enoturistico italiano; una visione collaborativa che ha coinvolto attivamente tutti gli attori, dalle istituzioni alle associazioni di filiera, la vera chiave di volta per la crescita integrata e duratura di tutto il comparto".

L’evento ha potuto contare sul prezioso sostegno dei partner tecnici Great Wine Capitals, Movimento Turismo del Vino e Unione Italiana Vini, e sul patrocinio di autorevoli realtà del settore: AIAV – Associazione Italiana Agenti di Viaggio, Associazione Italiana Turismo Enogastronomico, Associazione Nazionale Città del Vino, AGIVI – Associazione Giovani Imprenditori Vinicoli Italiani, Federazione Turismo Organizzato, FIAVET – Federazione Italiana Associazioni Imprese Viaggi e Turismo, Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo e FIVI – Federazione Italiana Vignaioli Indipendenti.

FINE #WineTourism Marketplace Italy tornerà a Riva del Garda nell’autunno 2026, dopo l’appuntamento spagnolo di Valladolid in programma il 3 e 4 marzo 2026.

I TALK DI BE FINE STAGE

Due giorni di intensi lavori che hanno visto alternarsi sul B**E FINE Stage esperti e relatori di fama internazionale**, i quali hanno tenuto i loro interventi di fronte a una folta platea costituita da produttori, addetti ai lavori, stakeholder e stampa specializzata.

Ieri è stato presentato il primo Rapporto sul turismo del vino in Italia, curato da Roberta Garibaldi, Presidente di AITE – Associazione Italiana Turismo Enogastronomico, e SRM – Centro Studi del Gruppo Intesa Sanpaolo, realizzato per FINE Italy. Uno studio condotto su un campione di 200 imprese vitivinicole, che ha analizzato modelli di gestione, strategie di investimento e impatti economici del comparto.

The Cardinal Sins of Wine Tourism – and how to Atone for Them

Di rilievo, tra gli altri, quanto affermato da **Paul Wagner, docente di Wine Marketing al Napa Valley College** e figura di riferimento internazionale nel campo della comunicazione del

vino. In occasione del suo intervento intitolato **“The Cardinal Sins of Wine Tourism – and how to Atone for Them”**, ha analizzato gli errori più ricorrenti nelle strategie di accoglienza e fidelizzazione delle cantine, offrendo una riflessione lucida e provocatoria sulle dinamiche relazionali che regolano il turismo del vino. “Nel settore del vino – ha affermato **Wagner** – si vuole parlare e spiegare tutto al consumatore, ma spesso non si ascolta. Vogliamo raccontare ciò che noi riteniamo importante ma spesso non siamo disposti ad ascoltare per capire cosa sia davvero importante per i consumatori. Marshall McLuhan ha detto: “La propaganda finisce dove inizia il dialogo”. Parliamo troppo e, di conseguenza, non impariamo mai a comunicare veramente con i nostri clienti”. Resta fondamentale coltivare la relazione. “Se si desidera una relazione a lungo termine, bisogna impegnare tempo ed energie per sviluppare e mantenere tale relazione. Dopo la visita dovremmo cercarli, continuare il dialogo, trasformando i nostri clienti in evangelisti per il nostro marchio”.

Geographies of International Wine Tourism: Models and Dialogues

Respiro internazionale anche per “Geographies of International Wine Tourism: Models and Dialogues”, la tavola rotonda, moderata da Giambattista Marchetto di VinoNews24, che ha visto tra i relatori la partecipazione di **Isabel Kottmann**, Lecturer for International Wine Business, **Paolo Pozzi**, Direttore operativo Trentino Marketing, **Enrique Valero**, CEO di Abadia Retuerta, **Paul Wagner**, McPherson Distinguished Teacher Napa Valley College.

La tavola rotonda ha approfondito la natura interattiva dei processi di sviluppo dell’enoturismo, che costruiscono una geografia di collaborazione e valorizzazione dei territori. Secondo gli speaker, il turismo del vino deve andare oltre il vino stesso. Raccontando i progetti in evoluzione tra Mainz e

il Trentino, con una stretta correlazione con le risorse turistiche dei territori, ma anche i successi della cantina spagnola Abadia Retuerta e del "modello Napa Valley", i relatori hanno descritto la parabola evolutiva di un enoturismo sempre più consapevole.

I turismi del vino: differenze regionali e specificità aziendali

Di particolare interesse, nella seconda giornata, l'incontro con il **Movimento Turismo del Vino** dal titolo **"I turismi del vino: differenze regionali e specificità aziendali"**, in occasione del quale la Presidente **Violante Gardini Cinelli Colombini** ha sottolineato come la forza dell'enoturismo italiano risieda nella sua pluralità di territori, stili e approcci. "L'enoturismo italiano è un mosaico di esperienze e stili che riflettono la varietà dei nostri territori e delle nostre cantine. Questa diversità è la nostra forza: trasforma la pluralità in valore e competitività, mantenendo come filo conduttore la qualità che da sempre contraddistingue il Movimento Turismo del Vino", ha dichiarato la Presidente di MTV. Ad arricchire il racconto due testimonianze emblematiche: **Nicoletta Pala**, Export and Hospitality dell'azienda sarda Audarya, esempio di innovazione e capacità di coinvolgere nuovi pubblici, e **Caterina Turrini**, Wine Hospitality Manager di Tommasi Family Estates, realtà che interpreta l'enoturismo come esperienza diffusa e ambasciatrice del vino italiano nel mondo.

Percorsi di crescita dell'enoturismo: il valore delle reti

L'importanza della rete e la necessità di creare un networking sano ed efficace sono stati al centro della tavola rotonda **"Percorsi di crescita dell'enoturismo: il valore delle reti"**, moderato da **Giovanna Voltolini**, **Exhibition Manager di Hospitality – Il Salone dell'Accoglienza**. "L'enoturismo è oggi

uno dei motori più dinamici per la valorizzazione dei territori italiani – ha evidenziato **Voltolini** -. Non è solo degustazione o accoglienza: è cultura, identità, connessione tra persone, aziende e comunità".

Hanno preso parte all'incontro **Mariangela Cambria**, Presidente Assovini Sicilia, **Silvia Ghirelli** – Wine & Food Hospitality Consultant, **Tommaso Martini** – Presidente Slow Food Trentino Alto Adige APS e **Angelo Radica**, Presidente Associazione Città del Vino.

Dal confronto è emerso come l'offerta enoturistica si sia profondamente evoluta, insieme alle aspettative dei visitatori. Oggi il turista del vino ricerca esperienze autentiche e sostenibili, capaci di valorizzare il territorio e le sue eccellenze.

La sfida principale è coniugare la filosofia della lentezza e della sostenibilità con le dinamiche del turismo globale: l'enoturismo è, prima di tutto, un modo per vivere e comprendere un luogo attraverso il suo patrimonio enogastronomico.

In questo contesto, la creazione di reti territoriali e la collaborazione con le DMC (Destination Management Company) diventano strategiche per sviluppare prodotti turistici innovativi, basati su condivisione dei dati, formazione e digitalizzazione – leve indispensabili per un settore in costante evoluzione.

Punti chiave

1. **FINE Italy ha registrato 1440 incontri business** tra 76 espositori e 74 buyer provenienti da 24 Paesi diversi.
2. **L'enoturismo italiano genera 3 miliardi** di euro e negli

ultimi dieci anni è cresciuto del 176%.

3. **L’Italia ha riconquistato il primo posto mondiale nella produzione di vino** con export da 8 miliardi di euro.
4. **La prossima edizione italiana si terrà a Riva del Garda nell’autunno 2026** dopo l’evento di Valladolid.
5. **Esperti internazionali hanno sottolineato l’importanza di ascoltare i consumatori** e creare esperienze autentiche e sostenibili.