Winedering porta le cantine italiane a New York

scritto da Stefano Tulli e Denis Seghetti | 16 Novembre 2026



Dal 24 febbraio al 3 marzo 2027 Winedering porta a New York le esperienze private delle cantine italiane con il Travel Roadshow, nuovo progetto di Stefano Tulli. Tra incontri one to one con operatori selezionati e l'evento travel trade luxury, i produttori raggiungono i buyer del luxury travel americano restando in Italia.

Il viaggiatore americano è il primo mercato extraeuropeo per il turismo in Italia. Nel 2024 ha speso nel nostro Paese 6,4 miliardi di euro, con 4,1 milioni di arrivi e una spesa media di 191 € a notte, circa il 40% in più rispetto alla media dei visitatori stranieri. **Secondo i dati riportati da Winedering, il 47% degli americani intervistati desidera, nei prossimi due anni, un viaggio in Italia con almeno un'esperienza legata al vino**.

Su questi numeri nasce il **Winedering Travel Roadshow**, il nuovo progetto di Stefano Tulli: **un’iniziativa B2B con cui l’agenzia di viaggi e tour operator porta a New York le esperienze private delle cantine italiane**. Le cantine restano in Italia e Winedering le rappresenta davanti ai professionisti che progettano viaggi su misura per una clientela americana alto spendente: luxury travel advisor, agenzie specializzate, tour operator e travel designer.

Due appuntamenti, un’unica quota

Il programma si divide in due momenti. Dal 24 al 27 febbraio il New York State Roadshow prevede almeno 12 incontri one to one con operatori selezionati dello stato di New York, scelti per volume di vendite e tipologia di clientela. Dal 28 febbraio al 3 marzo Winedering partecipa all’evento travel trade luxury. L’agenda prevede 80 incontri one to one.

Per una singola cantina l’ingresso costerebbe 9.500 €, che diventano tra 12.000 e 15.000 € con volo, hotel a Manhattan e spese in città. Con il Roadshow le cantine entrano con un’unica quota, senza viaggiare, e chi aderisce entro il 31 gennaio ha condizioni di lancio dedicate.

Come funziona

Winedering seleziona insieme alla cantina le **esperienze private più adatte al mercato americano** e le raccoglie in un catalogo B2B in inglese, con prezzi netti in dollari ed equivalente in euro. In ogni incontro il catalogo viene presentato al buyer in base alla sua clientela e alle sue destinazioni. Il buyer può acquistare sul portale B2B di Winedering, collegato anche ai sistemi di prenotazione tramite API/MCP, richiedere un preventivo oppure contattare direttamente la cantina. Dopo gli incontri arriva un report con gli interessi dei buyer e le opportunità emerse.

Chi aderisce entro il 31 gennaio entra anche nella newsletter

dedicata, inviata a oltre 5.000 travel designer, travel agency e tour operator americani, e in due webinar per il trade tra febbraio e marzo.

Le condizioni per entrare nel catalogo

Winedering richiede esperienze private disponibili solo su richiesta, senza vendita online sul sito della cantina o su altri portali, prezzi netti e condizioni valide per 12 mesi, una risposta alle richieste entro 24 ore lavorative e accoglienza in inglese.

Per chi vuole esserci di persona

Mercoledì 3 marzo a Manhattan Winedering organizza la **Private Buyers Dinner**: una cena riservata con dodici buyer selezionati e una sola cantina per destinazione. È un'occasione per costruire relazioni dirette con i buyer, con spazio dedicato nel catalogo e nella comunicazione. I posti sono limitati e l'offerta è a parte.

Due webinar gratuiti

Il progetto sarà presentato alle cantine in due webinar di 45 minuti su Google Meet con Stefano Tulli, martedì 24 novembre alle 12:00 e mercoledì 25 novembre alle 14:30, entrambi in italiano.

DETTAGLI E ISCRIZIONE →

Dettagli e iscrizione: winedering.com/b2b-events/nyc-2027-connections

---

Punti chiave

1. **Due tappe a New York:** roadshow dal 24 al 27 febbraio,

poi travel trade luxury dal 28 febbraio al 3 marzo.

2. **Almeno 12 incontri one to one** nel roadshow e 80 al travel trade luxury, con travel advisor e tour operator americani.
3. **Le cantine restano in Italia:** Winedering le rappresenta e presenta le loro esperienze private in un catalogo B2B in inglese.
4. **I buyer scelgono come lavorare:** acquisto sul portale B2B, preventivo o contatto diretto con la cantina.
5. **Webinar gratuiti il 24 e 25 novembre:** presentazione con Stefano Tulli, in italiano, su Google Meet.