Vinitaly visto da Wine Meridian: quattro giorni dentro il vino, accanto alle aziende

scritto da Redazione Wine Meridian | 15 Aprile 2026



Wine Meridian ha vissuto Vinitaly 2026 su due fronti paralleli: un team dedicato all'enoturismo operativo nell'area Vinitaly Tourism, e una redazione che ha incontrato oltre 150 aziende in quattro giorni. Obiettivo comune: ascoltare il settore, raccogliere bisogni reali e costruire contenuti e supporto concreto per le imprese vitivinicole italiane.

Vinitaly è una di quelle fiere che si vivono davvero, lasciandosi guidare anche dagli incontri, dalle conversazioni, dalle domande che emergono tra uno stand e l'altro.
Per Wine Meridian, Vinitaly 2026 è stato soprattutto questo:

quattro giorni intensi, pieni, a tratti frenetici, ma estremamente utili per stare dove vogliamo stare da sempre, cioè accanto alle aziende.

Lo abbiamo fatto dividendoci in due gruppi di lavoro, ciascuno con un compito preciso ma con un obiettivo comune: **esserci in modo concreto e non formale.**

Da una parte il team impegnato sul fronte dell'enoturismo. Dall'altra la redazione, insieme ai giornalisti e ai consulenti, al lavoro nei padiglioni per ascoltare aziende, raccogliere segnali, capire bisogni e confrontarsi sui temi più urgenti del settore.

L'enoturismo

Il team dedicato all'enoturismo, capitanato da **Lavinia Furlani**, ha operato soprattutto all'interno dell'area **Vinitaly Tourism**, dove, insieme a **Veronafiere** e a **Wine Tourism Hub**, abbiamo contribuito a costruire quattro giornate molto dense: incontri, momenti di confronto, degustazioni esperienziali, appuntamenti operativi e occasioni di networking.

Sono stati giorni veri, pieni di contenuti e di scambi utili. Perché **l'enoturismo, in questa edizione di Vinitaly, è stato senza dubbio uno dei temi più citati, più evocati, più presenti nel dibattito**. E forse proprio per questo oggi ha bisogno di essere riportato a terra.

Noi di Wine Meridian lo presidiamo da anni, quando ancora non era così al centro della conversazione di settore. E continuiamo a farlo con l'idea che non basti nominarlo, raccontarlo o inserirlo nei panel: bisogna aiutare le aziende a costruirlo davvero, dall'interno, dentro i territori, dentro l'organizzazione, dentro una visione di lungo periodo.

Per questo il nostro lavoro su questo fronte si muove sempre su un piano molto pratico: f**ormazione, consulenza, ascolto, affiancamento, coaching**. Non per aggiungere teoria alla

teoria, ma per dare alle imprese strumenti utili a trasformare l’enoturismo in una leva reale di sviluppo.

Vinitaly, in questo senso, è stato un passaggio importante. Non tanto perché ha confermato che il tema è centrale, questo ormai è evidente, ma perché ha mostrato che c’**è sempre più bisogno di approcci concreti, capaci di accompagnare le aziende oltre gli slogan.**

Ascoltare: abbiamo parlato con oltre 150 aziende

Accanto a questo lavoro, c’è stato quello dell’altra squadra di Wine Meridian: la nostra redazione, i giornalisti, i consulenti. Un gruppo che per tutti e quattro i giorni si è mosso dentro la fiera con una priorità molto semplice: **ascoltare**. **Abbiamo parlato con oltre 150 aziende**. E soprattutto le abbiamo ascoltate.

Abbiamo raccolto punti di vista, dubbi, segnali, criticità, intuizioni, direzioni di mercato. Abbiamo parlato di export, di branding, di posizionamento, di comunicazione, di mercati, di scelte commerciali, di opportunità e anche di preoccupazioni. **Perché una fiera come Vinitaly serve anche a intercettare il tono del momento, a capire cosa si muove sotto la superficie, a leggere non solo quello che il settore mostra, ma anche quello che sta cercando di elaborare**.

Per noi questo passaggio è fondamentale.

Le pagine di Wine Meridian non parlano in termini astratti ma partono dal tessuto produttivo, dalle aziende, dalle loro domande reali, da quello che stanno vivendo e da quello che non sempre riesce a emergere nei racconti più difficili.

Le fiere, per definizione, mettono in scena il meglio di una filiera. Ed è giusto che sia così. Ma il nostro lavoro non si esaurisce nel raccontare ciò che brilla. **Ci interessa anche**

capire dove si concentrano oggi le tensioni, i cambiamenti, le fragilità, i nuovi bisogni. Perché spesso è proprio lì che si leggono le direzioni più interessanti.

Una rete di voci per restituire una lettura più completa

Ma in questi quattro giorni non abbiamo incontrato solo aziende. Abbiamo parlato anche con buyer, importatori, stakeholder, operatori di settore, ristoratori. E anche questo per noi conta molto. Avere accesso a punti di vista diversi ci permette di costruire una lettura più completa del mondo del vino. Più utile, anche. Non una fotografia piatta, ma un quadro più articolato, fatto di percezioni diverse, priorità diverse, aspettative diverse. **È proprio qui che Wine Meridian prova a portare il proprio contributo: nella capacità di raccogliere voci differenti, metterle in relazione e restituirle al settore in modo leggibile, concreto, orientato**. Non solo come contenuto editoriale, ma come supporto alle aziende sul piano del brand, del posizionamento, della comunicazione e dello sviluppo.

Un grazie sincero a chi ci ha dedicato tempo

Il primo ringraziamento va alle aziende che hanno trovato il tempo di fermarsi e confrontarsi con noi.

Sappiamo benissimo quanto il tempo in fiera sia compresso, quanto ogni appuntamento vada incastrato al minuto, quanto anche solo ritagliarsi dieci minuti di conversazione possa essere complicato. **E proprio per questo il valore degli incontri che abbiamo fatto è stato ancora più grande**. Molti dei contenuti raccolti in questi giorni diventeranno spunti, analisi, riflessioni e approfondimenti che porteremo nelle pagine di Wine Meridian nelle prossime settimane.

Perché il lavoro fatto in fiera, lo sappiamo bene, non si chiude con la fiera ma, anzi, in un certo senso comincia

proprio al termine dei quattro giorni di Vinitaly.

Quattro giorni sembrano tanti, ma a Vinitaly il tempo non basta mai. Resta però aperta, come sempre, la nostra disponibilità all'ascolto: chi vorrà continuare il confronto sa dove trovarci.

Un lavoro condiviso

Un ringraziamento particolare va a tutti i partner con cui condividiamo il percorso sullo sviluppo dell'enoturismo, e in particolare a **Wine Tourism Hub**, con cui continuiamo a costruire un lavoro comune fatto di visione, confronto e crescita.

Un grazie speciale anche a **Stefano Tulli di Winedering**, che ci ha affiancati in modo operativo. E naturalmente un ringraziamento va a **Veronafiere** e **Vinitaly**, per aver creduto nell'enoturismo non solo come tema da raccontare, ma come ambito su cui investire spazio, attenzione e progettualità, e per averci dato la possibilità di offrire il nostro contributo in modo concreto.

Vinitaly finisce, ma le conversazioni aperte in questi giorni restano.

E anzi, continueranno a prendere forma nei contenuti che pubblicheremo, nelle analisi che costruiremo, nei confronti che porteremo avanti.

Quello che ci portiamo a casa da questa edizione è soprattutto questo: **la conferma che oggi più che mai c'è bisogno di realtà capaci di ascoltare davvero il settore, di leggerlo senza semplificazioni e di stare vicino alle aziende non solo nel racconto, ma anche nelle scelte.**

È da qui che ripartiamo. Dalle voci raccolte in fiera, dai temi emersi, dalle domande ancora aperte.
E dalla volontà, che resta la stessa, di essere utili.

Punti chiave

1. **Wine Meridian a Vinitaly 2026 ha operato su due fronti**: enoturismo e redazione giornalistica nei padiglioni.
2. **Oltre 150 aziende incontrate e ascoltate**, raccogliendo bisogni, tensioni di mercato e nuove direzioni strategiche.
3. **L’enoturismo resta centrale nel dibattito**, ma richiede approcci pratici: formazione, consulenza e affiancamento operativo alle imprese.
4. **Buyer, importatori e operatori coinvolti per offrire una lettura più completa** e articolata del mercato del vino.
5. **I contenuti raccolti in fiera diventeranno analisi e approfondimenti** pubblicati nelle prossime settimane su Wine Meridian.