

Vinitaly and the City ha venduto cinquantamila biglietti

scritto da Roberto Serra | 9 Aprile 2026



L'evento si svolgerà dal 10 al 12 aprile e si estenderà fino a maggio con degustazioni in Valpolicella.

I numeri che contano

L'edizione 2026, che si svolge dal 10 al 12 aprile con il taglio del nastro previsto per venerdì alle ore 18:00, si annuncia subito con elementi concreti. Il Pinot Grigio DOC Delle Venezie è il vino ufficiale scelto per quest'anno, mentre l'organizzazione è curata da Veronafiere in collaborazione con il Comune di Verona, la Provincia e Fondazione Cariverona. L'evento non si esaurisce nel centro

storico: lancia infatti un percorso di degustazioni in 15 cantine lungo la Valpolicella Wine Route, con un programma che copre un arco temporale significativo, dal 13 aprile al 3 maggio 2026. Questo prolungamento territoriale è strategico, perché dilata nel tempo i benefici turistici ed economici dell'iniziativa. Il successo di pubblico, testimoniato dai 50.000 biglietti venduti lo scorso anno, trova un parallelo nell'affluenza della fiera principale: [la 57ª edizione di Vinitaly](#) ha infatti registrato 97.000 visitatori, di cui il 33% professionisti internazionali provenienti da oltre 130 paesi. Sono numeri che disegnano **un ecosistema vitivinicolo vivo**, dove l'evento cittadino capta l'interesse degli appassionati, mentre la fiera attira l'industria globale.

Verona e il suo vino: un legame storico

Per comprendere la portata di questo fenomeno, è necessario guardare alle sue radici. [Le origini di Vinitaly](#) risalgono al 1967, quando a Verona si tennero le prime Giornate del Vino Italiano. Da quel seme è cresciuta una delle fiere di settore più importanti al mondo. Vinitaly and The City è stato lanciato molto più tardi, nel 2013, proprio come evento collaterale per portare il vino fuori dai padiglioni fieristici e nelle piazze. Oggi questo "off-show" si colloca in un panorama competitivo internazionale che vede, ad esempio, [Wine Paris a febbraio](#) e la fiera madre di Verona ad aprile. La sfida non è solo attirare visitatori, ma creare un'esperienza distintiva e profondamente radicata nel territorio, che è esattamente la carta vincente dell'evento veronese.

Oltre le degustazioni: l'economia del vino

L'impatto economico tangibile di questo format è forse l'aspetto più interessante per i professionisti. I dati sull'indotto turistico parlano chiaro: [nel periodo di Vinitaly](#)

[dello scorso anno](#), il tasso di occupazione degli hotel a Verona ha raggiunto l'85%. Parallelamente, i prezzi medi hanno subito un'impennata, attestandosi a 213 euro nel Comune e superando addirittura la soglia dei 300 euro tra il 5 e l'8 aprile. Questi numeri non riguardano solo il lusso, ma indicano una domanda sostenuta che genera ricadute dirette su tutto l'indotto alberghiero, dalla ristorazione ai servizi. Il modello dimostra di funzionare così bene che la sua stessa natura sta evolvendo. Da evento site-specific per Verona, [Vinitaly and The City si sta infatti](#) trasformando in un modello replicabile e personalizzabile, adattabile ad altre città e location in tutta Italia. Questo passaggio da evento unico a format itinerante rappresenta la potenziale vera rivoluzione: **la capacità di esportare un concept collaudato** che genera occupazione, movimenta il turismo enogastronomico e valorizza le produzioni locali in contesti diversi.

Per i professionisti del vino – produttori, distributori, ristoratori – Vinitaly and the City rappresenta quindi un caso concreto di come un evento enoturistico ben strutturato possa guidare lo sviluppo economico locale. Non si tratta più solo di degustare un calice in una piazza affollata, ma di partecipare a un sistema che attira flussi, sostiene i prezzi di settore e crea un brand territoriale forte. La domanda che resta aperta è quali altre città italiane, ricche di patrimoni vinicoli ma forse meno strutturate nella promozione, potranno cogliere l'opportunità di adottare e adattare questo format, moltiplicandone i benefici ben oltre i confini della città scaligera.