

Chicago NAVY PIER

5-6 October
2025



PRESS KIT


vitaly.USA

WORLD WINE BUSINESS

VINO: A VINITALY.USA L'ITALIA CHE REAGISCE AI DAZI

IL 5 E 6 OTTOBRE LA FIERA BUSINESS A CHICAGO

PRESENTI I PRINCIPALI PLAYER ITALIANI DEL VINO PER 7,2 MLD DI FATTURATO AGGREGATO E TOP IMPORTER STATUNITENSI

Chicago, 5 e 6 ottobre 2025. Entra nel vivo la promozione del vino italiano sul mercato a “stelle e strisce” con Veronafiere-Vinitaly, ITA - Italian Trade Agency, Fiere Italiane e la Camera di Commercio italiana americana del Midwest-Chicago insieme per la seconda edizione di **Vinitaly.USA**, in programma al Navy Pier di Chicago il **5 e 6 ottobre**. Alla manifestazione sono attesi più di **250 espositori** tra cantine e consorzi, con un **fatturato aggregato di circa 7,2 miliardi di euro**. Un risultato che conferma e rilancia Vinitaly.USA come punto di riferimento del vino italiano negli Stati Uniti, capace di valorizzare insieme i grandi brand e le realtà consortili anche in una fase delicata del mercato e del contesto internazionale.

«Abbiamo riscontrato – ha detto il presidente di Veronafiere, **Federico Bricolo** – una forte motivazione da parte di molte tra le principali imprese del vino italiano; c'è la consapevolezza che alla difficoltà delle tariffe si debba rispondere con una maggior presenza e promozione».

A Chicago, grazie all'attività congiunta tra Veronafiere e ITA - Italian Trade Agency, presenti i principali brand provenienti da tutta la Penisola, come Antinori, Famiglia Cotarella, Frescobaldi, Ferrari, Zonin, Bellavista, Berlucchi, Planeta, Allegrini, Angelini Wines & Estates, Pasqua, Masciarelli, Feudi di San Gregorio, Varvaglione, San Polo, Tasca d'Almerita, Rocca delle Macie e Tommasi. Folta la rappresentanza dei produttori di Prosecco, a partire da Mionetto, Villa Sandi, Spumanti Valdo, oltre che dei grandi gruppi o cooperative: Giv, Nosio (Mezzacorona) e Cantine di Verona.

Tra i principali enti consortili a oggi partecipanti, i Consorzi del Prosecco Doc, di Conegliano Valdobbiadene Prosecco Docg, dell'Asti Docg, della Valpolicella, del Brunello di Montalcino, Custoza, Chiaretto e Bardolino, Lugana, Garda, oltre alla collettiva di Umbria Top e alla rappresentanza della Doc Sicilia. Tra le regioni, il Veneto, la Sardegna, il Friuli-Venezia Giulia, l'Enoteca regionale Emilia-Romagna e il Lazio.

Positivi i risultati anche della campagna di adesione degli importatori e dei buyer americani. Attesi oltre 1500 operatori. Tra questi Volio Fine Wine Imports, Vias, Terlato Wines, More Than Grapes – wine imports, Winebow fine wines – spirits e Eagle Eye Wines hanno già aderito alla seconda edizione di Vinitaly.USA. «si tratta di un risultato importante – sottolinea il direttore generale di Veronafiere, **Adolfo Rebughini** – e significativo dell'attenzione del mercato americano verso il vino italiano. Con Vinitaly.USA offriamo una piattaforma stabile e strategica capace di rafforzare la presenza delle nostre imprese negli Stati Uniti. Facendo sistema tra istituzioni, consorzi e aziende, possiamo trasformare anche le fasi più complesse del mercato in opportunità di crescita e di consolidamento delle relazioni commerciali».

Sul fronte del programma, Vinitaly.USA prevede, oltre a un calendario di degustazioni, matching domanda-offerta e focus di mercato, il debutto di **wine2wine Vinitaly business forum** con la sua prima edizione all'estero. Nel palinsesto della due giorni 16 masterclass e oltre 30 eventi tra tasting, analisi di mercato e

l'annuncio, il 5 ottobre al Navy Pier, dei protagonisti di **Vinality OperaWine 2026** svelati da Wine Spectator. Spazio anche all'enoturismo, con le proposte di **Vinality Tourism**, alla formazione della **VIA - Vinality International Academy** e agli assaggi di olio extravergine di oliva proposti nell'Oil Bar di **SOLExpo** che si presenta oltreoceano con 13 aziende da sei regioni (Abruzzo, Veneto, Campania, Puglia, Toscana, Marche) e 21 referenze di olio in assaggio.

Dopo Vinality.USA, il brand fieristico internazionale di Veronafiere dedicato alla promozione del vino italiano farà tappa, con una Preview, in Giappone (Tokyo, 17 e 18 novembre), in Serbia con **Vinality @ Wine Vision by Open Balkan** (Belgrado, 22-25 novembre) e di seguito in Albania (Tirana, 26 novembre). Il 2025 si chiuderà con Vinality Preview in Thailandia (Bangkok) e India (dicembre). Mentre, ad oggi, il calendario estero 2026 di Veronafiere prevede **Vinality Roadshow India** (Mumbai e Panaji - Goa 16 e 18 gennaio 2026), per proseguire poi con le Preview in Polonia (Varsavia, fine gennaio 2026) e in Norvegia (Oslo, febbraio). L'Asia torna al centro della strategia di internazionalizzazione a marzo con **Vinality China Chengdu** (22-25 marzo), che passerà il testimone a Verona per la 58^a edizione di **Vinality** (12-15 Aprile 2026). Confermato anche il 3° **Vinality.USA 2026**.

Corporate & Product Communication Veronafiere

Responsabile Carlo Alberto Delaini T. 045.8298242-427 | M +39 3357367388

Ufficio Stampa Veronafiere

Francesco Marchi T. 045 8298350 | M. +39 33426560174

Giorgia Dusi M. +39 3316406192 | E-mail: dusi@veronafiere.it

E-mail: pressoffice@veronafiere.it Web: veronafiere.it

Ispropress

Benny Lonardi (+39 393.455.5590 direzione@ispropress.it)

Simone Velasco (+39 327.9131676 simovela@ispropress.it)



Concurrent events



Produced by



In collaboration with





VINO: WINE2WINE BUSINESS FORUM ARRIVA A CHICAGO CON VINITALY.USA – IL 5 E 6 OTTOBRE IL BUSINESS DEL VINO ITALIANO FA SISTEMA NEGLI STATI UNITI

REBUGHINI (VERONAFIERE): “VINITALY È L’HUB GLOBALE DEL VINO ITALIANO, CHICAGO TAPPA STRATEGICA PER IL NOSTRO SISTEMA-PAESE”

Chicago, 5 e 6 ottobre 2025. wine2wine business forum approda a Vinitaly.USA: il 5 e 6 ottobre 2025, al Navy Pier di Chicago, prende così forma una nuova tappa del percorso di crescita internazionale del vino italiano, firmato Veronafiere-Vinitaly.

Nato nel 2014 per creare relazioni, approfondimenti e visione strategica tra i professionisti del settore, wine2wine si integra nel format di Vinitaly.USA con l’obiettivo di rafforzare la competitività delle imprese italiane sul mercato nordamericano. In programma: incontri B2B, analisi di mercato, formazione specializzata e degustazioni, con il coinvolgimento diretto della 33^a edizione della Vinitaly International Academy (VIA) e di key player locali.

«Con l’espansione di wine2wine a Chicago – dichiara **Adolfo Rebughini**, direttore generale di Veronafiere – consolidiamo Vinitaly come hub globale del vino italiano. Dopo l’eccellente debutto del 2024, Vinitaly.USA si conferma piattaforma strategica per il sistema vino nazionale. L’obiettivo è dare continuità alla presenza italiana nel mercato americano, attivando strumenti permanenti di dialogo, formazione e business internazionale».

Grazie a un format ibrido – con sessioni in presenza e live streaming – l’evento garantisce massima accessibilità ai contenuti anche per le aziende e i professionisti collegati sia dall’Italia sia dall’estero. Il palinsesto affronterà temi cruciali come: posizionamento dei brand Made in Italy negli USA, evoluzione del canale direct-to-consumer, percezione del vino italiano presso il consumatore americano. Tra gli highlight: una degustazione alla cieca con Trento Doc e Alta Langa Docg a confronto con etichette sparkling internazionali, per valorizzare le eccellenze italiane in un’ottica competitiva e globale.

La prima edizione di Vinitaly.USA (ottobre 2024) ha riunito 230 cantine italiane da 7 regioni, oltre 1.650 etichette e più di 1.500 operatori professionali accreditati tra buyer, importatori, distributori e horeca. Con l’integrazione di wine2wine, Vinitaly.USA rafforza la propria identità come punto di riferimento permanente per la promozione e l’internazionalizzazione del vino italiano negli Stati Uniti.

Dopo Vinitaly.USA, il brand fieristico internazionale di Veronafiere dedicato alla promozione del vino italiano farà tappa, con una Preview, in Giappone (Tokyo, 17 e 18 novembre), in Serbia con **Vinitaly @ Wine Vision by Open Balkan** (Belgrado, 22-25 novembre) e di seguito in Albania (Tirana, 26 novembre). Il 2025 si chiuderà con Vinitaly Preview in Thailandia (Bangkok) e India (dicembre). Mentre, ad oggi, il calendario estero 2026 di Veronafiere prevede **Vinitaly Roadshow India** (Mumbai e Panaji - Goa 16 e 18 gennaio 2026), per proseguire poi con le Preview in Polonia (Varsavia, fine gennaio 2026) e in Norvegia (Oslo, febbraio). L’Asia torna al centro della strategia di internazionalizzazione a marzo con **Vinitaly China Chengdu** (22-25 marzo), che passerà il testimone a Verona per la 58^a edizione di **Vinitaly** (12-15 Aprile 2026). Confermato anche il 3° **Vinitaly.USA 2026**.

Corporate & Product Communication Veronafiere

Responsabile Carlo Alberto Delaini T. 045.8298242-427 | M +39 3357367388

Ufficio Stampa Veronafiere

Francesco Marchi T. 045 8298350 | M. +39 33426560174

Giorgia Dusi M. +39 3316406192 | E-mail: dusi@veronafiere.it

E-mail: pressoffice@veronafiere.it Web: veronafiere.it

Ispropress

Benny Lonardi (+39 393.455.5590 direzione@ispropress.it)

Simone Velasco (+39 327.9131676 simovela@ispropress.it)



Concurrent events



Produced by



In collaboration with





DAL FUTURO DEL VINO AI MERCATI NORDAMERICANI: WINE2WINE VINITALY BUSINESS FORUM RIUNISCE A CHICAGO I TOP PLAYER GLOBALI

Al forum del vino di Vinality, che per la sua 12^a edizione debutta negli Stati Uniti in occasione di Vinality.USA, oltre 20 relatori internazionali – tra Master Sommelier, Master of Wine, esperti di comunicazione e protagonisti del wine business – in dialogo sul futuro del vino italiano nei mercati nordamericani.

Chicago, 5 e 6 ottobre 2025. Venti sessioni tra blind tasting, masterclass e talk, e più di 20 speaker tra giornalisti di fama internazionale, Master Sommelier (MS), Master of Wine (MW) e personalità di primo piano del *wine business* internazionale. **wine2wine Vinality Business Forum** debutta a Chicago e, per la 12^a edizione della piattaforma di formazione, networking e analisi di mercato firmata **Veronafiere-Vinality**, spinge sull'acceleratore di **Vinality.USA** (Chicago, 5-6 ottobre) con una maratona di appuntamenti pensati per delineare opportunità concrete per sviluppare il business del vino. Dal posizionamento dei brand Made in Italy alla promozione, dall'impatto dei dazi al funzionamento del sistema di importazione nei diversi Paesi, la due-giorni vede in programma, oltre al filone delle *Blind tasting masterclass*, approfondimenti e focus che si inseriscono in 3 track tematici dedicati a economia e commercio del vino, a come comunicare il vino, e al mercato in Nord America, oggetto dell'**ITA Track**, un'iniziativa realizzata in collaborazione con **ITA - Italian Trade Agency** con focus dedicati a Stati Uniti, Canada e Messico.

Tra gli interventi più attesi, **Karen MacNeil**, pluripremiata autrice di *The Wine Bible*, con una sessione su come promuovere il vino in un contesto competitivo e in evoluzione (6/10); il presidente della U.S. Wine Trade Alliance, **Ben Aneff**, che affronterà con la presidente del Ceev, **Marzia Varvaglione**, le implicazioni dei dazi USA-EU e le strategie per sostenere i produttori italiani (6/10). *L'Italian Wine Expert* e diplomata WSET **Michaela Morris** sposterà l'attenzione sul Canada con la complicità di **Jenna Briscoe**, educatrice del vino, importatrice, sommelier e direttrice di eventi impegnata a creare una cultura del vino più aperta e connessa in Canada (5/10), mentre **Larissa Lawrence**, co-fondatrice della società di importazione e distribuzione Vinos Enteros, esplorerà con la produttrice **Diva Maddalena Moretti Polegato** il crescente rilievo strategico del Messico per l'export vinicolo italiano (5/10). **Doug Frost**, tra i pochi al mondo insignito sia del titolo di Master of Wine che di Master Sommelier, discuterà con l'autrice **Jessica Dupuy** e il MS **Jim Bube** il valore delle certificazioni nel mondo del vino (6/10). **Felicity Carter**, editorialista e podcaster di *Drinks Insider*, esplorerà le opportunità e i rischi dell'intelligenza artificiale nella comunicazione enologica (6/10), mentre **John Gillespie**, massima autorità statunitense nelle ricerche di mercato sul vino, esplorerà il rapporto dei consumatori americani tra 21 e 39 anni con il vino (6/10). A svelare, il 5 ottobre, per la prima volta da oltreoceano, i protagonisti di **Vinality OperaWine 2026** selezionati da **Wine Spectator**, sarà infine **Alison Napjus**, senior editor e tasting director della celebre rivista di settore.

Con oltre **250 espositori** per un fatturato aggregato di **7,2 miliardi di euro**, **Vinality.USA** si conferma l'appuntamento di riferimento per il vino italiano negli USA. Il palinsesto della manifestazione conta complessivamente più di 30 eventi, tra masterclass, seminari e tasting. Ai brand protagonisti, con presenze di

primo piano sia tra i marchi di bandiera che tra gli enti consortili nazionali, si aggiungono i principali importatori e buyer americani per un momento di dialogo, confronto e matching commerciale.

Il **wine2wine Vinality Business Forum** è un forum internazionale dedicato all'industria del vino, organizzato da Veronafiere e tenuto ogni anno a Verona dal 2014. **L'ultima edizione, nel 2024, si è svolta il 4 e 5 novembre al Palaexpo di Veronafiere, Verona.** La due giorni comprende keynote, seminari e workshop interattivi che forniscono strumenti pratici per migliorare le attività d'impresa. I relatori sono esperti riconosciuti nei rispettivi campi e tra le menti più brillanti del mondo del vino, sia italiane che internazionali. **Da quest'anno, si è trasferita a Chicago nell'ambito di Vinality.USA per rafforzare la promozione in Nord America in un momento particolarmente delicato per il mercato.**

Dopo Vinality.USA, il brand fieristico internazionale di Veronafiere dedicato alla promozione del vino italiano farà tappa, con una Preview, in Giappone (Tokyo, 17 e 18 novembre), in Serbia con **Vinality @ Wine Vision by Open Balkan** (Belgrado, 22-25 novembre) e di seguito in Albania (Tirana, 26 novembre). Il 2025 si chiuderà con Vinality Preview in Thailandia (Bangkok) e India (dicembre). Mentre, ad oggi, il calendario estero 2026 di Veronafiere prevede **Vinality Roadshow India** (Mumbai e Panaji - Goa 16 e 18 gennaio 2026), per proseguire poi con le Preview in Polonia (Varsavia, fine gennaio 2026) e in Norvegia (Oslo, febbraio). L'Asia torna al centro della strategia di internazionalizzazione a marzo con **Vinality China Chengdu** (22-25 marzo), che passerà il testimone a Verona per la 58^a edizione di **Vinality** (12-15 Aprile 2026). Confermato anche il 3° **Vinality.USA 2026.**

Corporate & Product Communication Veronafiere

Responsabile Carlo Alberto Delaini T. 045.8298242-427 | M +39 3357367388

Ufficio Stampa Veronafiere

Francesco Marchi T. 045 8298350 | M. +39 33426560174

Giorgia Dusi M. +39 3316406192 | E-mail: dusi@veronafiere.it

E-mail: pressoffice@veronafiere.it Web: veronafiere.it

Ispropress

Benny Lonardi (+39 393.455.5590 direzione@ispropress.it)

Simone Velasco (+39 327.9131676 simovela@ispropress.it)



Produced by



FIERE ITALIANE

Concurrent events



In collaboration with





A Chicago il 5 e 6 ottobre.

WINE SPECTATOR A VINITALY.USA PER ANNUNCIO CANTINE SELEZIONATE A OPERAWINE 2026

Dal 2012 organizza con Veronafiere-Vitaly OperaWine, l'unico evento fuori dai confini degli USA promosso dalla testata internazionale tra le più influenti.

Chicago, 5 e 6 ottobre. Vitaly.USA consolida il proprio ruolo di prima e unica fiera del vino italiano negli USA e conferma lo storico rapporto di collaborazione con **Wine Spectator** che parteciperà alla seconda edizione della rassegna, **in programma al Navy Pier di Chicago il 5 e 6 ottobre**, per annunciare le cantine selezionate per **Veronafiere-Vitaly OperaWine 2026** e contribuire al networking internazionale con buyer, importatori, distributori, sommelier, giornalisti e influencer.

Wine Spectator è il principale punto di riferimento mondiale nel settore del vino, sia con la rivista che raggiunge circa 3 milioni di lettori in tutto il mondo e con il sito sul vino più completo del web (WineSpectator.com), piattaforme mobili e una serie di eventi di degustazione esclusivi. La storica testata "stars and stripes" analizza il mondo del vino dalla vigna alla tavola, esplorando il ruolo del vino nella cultura contemporanea e propone recensioni di esperti relative ad oltre 10.000 vini ogni anno. Dal 2012 organizza con Veronafiere-Vitaly OperaWine, l'unico evento fuori dai confini degli USA promosso dalla testata internazionale tra le più influenti.

«Con la presenza a Chicago anche di Wine Spectator per l'annuncio delle cantine che parteciperanno a Operawine 2026, si completa il palinsesto della manifestazione che segna il percorso di crescita internazionale del vino italiano firmato Veronafiere-Vitaly. Vitaly.USA rappresenta un'estensione naturale della nostra missione: essere al fianco delle imprese italiane nei principali scenari globali, offrendo loro occasioni concrete di business, visibilità e contatto diretto con i top player del comparto vitivinicolo e si propone anche come piattaforma di dialogo e confronto con le istituzioni, le associazioni di categoria e i consorzi di tutela, per un'azione coordinata e strutturata a sostegno del sistema vino italiano negli Stati Uniti» dichiara **Federico Bricolo**, Presidente di Veronafiere SpA

«Vitaly.USA continua a confermarsi una piattaforma credibile e strategica di lungo periodo per il vino italiano, pensata per rafforzare in modo organico e sostenibile il dialogo con il mercato statunitense, fondamentale e insostituibile. Un presidio stabile che, attraverso strumenti mirati di approfondimento, formazione e business, facilita l'interazione tra i protagonisti del sistema del vino e i principali attori del modello distributivo americano a tre livelli – importatori, distributori e retailer – in un mercato favorevole a iniziative che valorizzano la qualità, l'origine e la cultura del vino italiano» aggiunge **Adolfo Rebughini**, direttore generale di Veronafiere SpA.



La prima edizione della rassegna realizzata a ottobre 2024 e organizzata da Veronafiere, Fiere Italiane in collaborazione con **ITA – Italian Trade Agency** e la **Camera di Commercio italiana americana del Midwest-Chicago**, ha registrato la presenza di 1500 professionisti tra importatori e distributori, ristoratori, gdo, opinion leader, analisti, influencer e stampa di settore, che hanno potuto scegliere tra più di 1650 etichette di 230 cantine e di sette collettive regionali e fra i 30 eventi tra masterclass, degustazioni e incontri di approfondimento del mercato.

Dopo Vinality.USA, il brand fieristico internazionale di Veronafiere dedicato alla promozione del vino italiano farà tappa, con una Preview, in Giappone (Tokyo, 17 e 18 novembre), in Serbia con **Vinality @ Wine Vision by Open Balkan** (Belgrado, 22-25 novembre) e di seguito in Albania (Tirana, 26 novembre). Il 2025 si chiuderà con Vinality Preview in Thailandia (Bangkok) e India (dicembre). Mentre, ad oggi, il calendario estero 2026 di Veronafiere prevede **Vinality Roadshow India** (Mumbai e Panaji - Goa 16 e 18 gennaio 2026), per proseguire poi con le Preview in Polonia (Varsavia, fine gennaio 2026) e in Norvegia (Oslo, febbraio). L'Asia torna al centro della strategia di internazionalizzazione a marzo con **Vinality China Chengdu** (22-25 marzo), che passerà il testimone a Verona per la 58^a edizione di **Vinality** (12-15 Aprile 2026). Confermato anche il 3° **Vinality.USA 2026**.

Corporate & Product Communication Veronafiere

Responsabile Carlo Alberto Delaini T. 045.8298242-427 | M +39 3357367388

Ufficio Stampa Veronafiere

Francesco Marchi T. 045 8298350 | M. +39 33426560174
Giorgia Dusi M. +39 3316406192 | E-mail: dusi@veronafiere.it
E-mail: pressoffice@veronafiere.it Web: veronafiere.it

Ispropress

Benny Lonardi (+39 393.455.5590 direzione@ispropress.it)
Simone Velasco (+39 327.9131676 simovela@ispropress.it)



Concurrent events



Produced by



FIERE ITALIANE

In collaboration with



VINO, VITALITY.USA: LA CORSA DEL PROSECCO NEGLI USA, DA ZERO A 500 MLN DI DOLLARI IN 15 ANNI

DA SOLO O MIXATO, SUPERA LO CHAMPAGNE NEI CONSUMI ANCHE A VALORE

A CHICAGO (5-6 OTTOBRE) LA PRINCIPALE FIERA DEDICATA AL VINO ITALIANO NEGLI USA

Chicago, 5 e 6 ottobre. Vale ormai il 31% dei consumi a valore di tutti i vini italiani commercializzati negli Usa, con un indice di penetrazione altissimo in tutte le fasce di età, a partire dai millennials (27%) e dal target femminile (6 user su 10 sono donne). Ed è ormai anche il simbolo dei mixed-wine made in Italy. Sembra non conoscere crisi il matrimonio tra gli americani e il Prosecco, che a 15 anni dalla ridefinizione della piramide produttiva (Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg, Asolo Docg e Prosecco Doc) ha incrementato il valore del “nuovo” Prosecco a denominazione da zero a oltre 500 milioni di dollari. Un balzo del 178% solo negli ultimi 7 anni, il quadruplo rispetto al tasso di incremento complessivo dei vini made in Italy negli States, come rileva un focus dell’Osservatorio Uiv-Vitality rilasciato oggi in occasione di Vitality.USA (Chicago 5 e 6 ottobre), la fiera b2b dedicata al vino made in Italy.

“Non si può dire che in questi anni non ci siano state difficoltà extra-settore – ha dichiarato il direttore generale di Veronafiere, **Adolfo Rebughini** –, dal Covid al calo del potere d’acquisto e dei consumi, fino alla concorrenza con altre categorie di bevande. Ma il Prosecco ha dimostrato una straordinaria capacità di resilienza, rafforzandosi grazie a una strategia di valorizzazione coerente e a investimenti promozionali sempre più efficaci. Lo conferma la presenza a Vitality.USA della collettiva della Regione Veneto e di alcune tra le principali realtà delle tre denominazioni. Con questo spirito il Prosecco – e, più in generale, tutte le imprese del made in Italy presenti a Chicago – sono pronte ad affrontare anche la sfida dei dazi. È la prova che, quando l’Italia combina qualità e promozione, può affermarsi come leader globale: lo stesso obiettivo che ci poniamo con Vitality.USA per l’insieme delle nostre eccellenze”.

Secondo l’analisi di Vitality e Unione italiana vini, la quota del mercato statunitense è per il Prosecco superiore alla media del vino italiano (27% contro 24%) per un controvalore che nel 2024 ha raggiunto i 531 milioni di dollari. Record assoluto, che si rinnova di anno in anno fatta eccezione per la lieve pausa 2020, prima di una ripartenza – nei 4 anni successivi – che ha cumulato un ulteriore balzo a +90%. Un simbolo *pop* di condivisione e del bere accessibile che – per il responsabile dell’Osservatorio, Carlo Flamini -, vale al consumo 2,9 miliardi di dollari l’anno con prezzi medi di poco inferiori ai 18 dollari alla bottiglia (0,75/l). “In pochi anni – ha detto Flamini – il Prosecco è diventato il vino italiano con l’awareness più alta, a quota 40%. Un dato rilevante, se si considera la giovane età del prodotto e sempre più vicino a un vino simbolo come lo Champagne, che



Concurrent events



Produced by



FIERE ITALIANE

In collaboration with



comanda con una notorietà al 52%. Ma dove il vino veneto ha già superato la bollicina francese è nella conversione all'acquisto, con una percentuale al 31% contro il 24% di quello transalpino".

La conferma del sorpasso al punto vendita arriva poi da SipSource: secondo la piattaforma dei distributori americani, il Prosecco è passato in testa non solo nei volumi ma anche nel valore al consumo delle bollicine negli States. Nei primi 7 mesi di quest'anno, infatti, lo sparkling italiano ha fissato la propria quota di mercato sul totale della tipologia al 30%, contro il 28% dello Champagne. Segmentando la spesa per divisions statunitensi, persistono ampi margini di crescita nell'area negli Stati del West e dell'East North Central. Alta invece la densità di user in tutta la dorsale orientale: dal New England al Mid e South Atlantic, aree queste dove si concentra oltre la metà dei consumi totali. Il Prosecco rappresenta a valore l'87% delle vendite di spumanti italiani negli Usa e il 25% rispetto al totale del vino italiano. Ma al tempo stesso intercetta i trend della mixology, con una quota altissima della presenza tra i cocktail. Secondo Iwsr, infatti, al calice da vino si aggiungono diversi formati, dai *ready to drink* ai cocktail fatti al momento, dallo spritz al mix con succo di frutta, particolarmente apprezzato da donne e GenZ.

La sfida attuale, oltre a quella dei dazi, è quella multietnica. Secondo l'Osservatorio Uiv-Vitality su base Iwsr, è ancora alta rispetto a bevande competitor - come cocktail, hard seltzer e ready to drink - la quota dei consumatori tradizionali (caucasici) l'obiettivo è riuscire a penetrare anche tra le comunità sempre più rilevanti anche a livello demografico.

A Vitality.USA (Chicago, 5 e 6 ottobre) saranno presenti 250 espositori tra cantine e consorzi, per un fatturato aggregato di oltre 7,2 miliardi di euro. Le presenze attese di importatori e buyer risultano in linea con i dati registrati nell'edizione 2024 di Vitality.USA, confermando l'attrattività e la continuità dell'evento per la domanda di vino italiano sul mercato statunitense. In programma, in contemporanea, anche **wine2wine**, **Vitality Business Forum** e i corsi di formazione della **VIA - Vitality International Academy**, oltre a sessioni specifiche di **Vitality Tourism** e l'Oil Bar di **SOLExpo**.

Corporate & Product Communication Veronafiere

Responsabile Carlo Alberto Delaini T. 045.8298242-427 | M +39 3357367388

Ufficio Stampa Veronafiere

Francesco Marchi T. 045 8298350 | M. +39 33426560174
Giorgia Dusi M. +39 3316406192 | E-mail: dusi@veronafiere.it
E-mail: pressoffice@veronafiere.it Web: veronafiere.it

Ispropress

Benny Lonardi (393.455.5590 direzione@ispropress.it)
Simone Velasco (327.9131676 simovela@ispropress.it)



Concurrent events



Produced by



FIERE ITALIANE

In collaboration with



VINO, VINITALY.USA: GEN Z E MILLENNIAL, LATINOAMERICANO O AFROAMERICANO DEL SOUTH-EAST, IL PROFILO DEI NUOVI CONSUMATORI USA

DAL LAMBRUSCO E CHIANTI IN TEXAS, ALL'AMARONE E PRIMITIVO IN CALIFORNIA E FLORIDA, A VERDICCHIO E SOAVE IN COLORADO FINO AL BRUNELLO IN ARKANSAS. LE ROTTE FUTURIBILI DEL VINO MADE IN ITALY

REBUGHINI (DG VERONAFIERE): MERCATO TUTT'ALTRO CHE MATURO, OBIETTIVO NUOVE AREE DI BUSINESS

Chicago 5 e 6 ottobre 2025. Con 345 milioni di litri esportati nel 2024 e un controvalore all'import di 2,25 miliardi di dollari, l'Italia è – assieme alla Francia – market leader dei vini d'importazione negli Stati Uniti. E, dazi o meno, non intende abdicare a questo ruolo. A dimostrarlo sarà **Vitality.USA**, la manifestazione firmata Veronafiere-Vitality che, al Navy Pier di Chicago il 5 e 6 ottobre, riunirà i più importanti produttori italiani: una piattaforma unica negli States, la più ampia per espositori, che affianca agli incontri b2b con il trade americano, focus strategici sul futuro del Vigneto Italia. Lo svela, tra gli altri, un'analisi dell'Osservatorio Unione italiana vini (Uiv) e Vitality, che traccia le rotte future dei prossimi eno-addicted a stelle e strisce in un mercato tutt'altro che maturo. “Il 75% dei consumatori statunitensi di vino italiano – ha detto il direttore generale di Veronafiere, **Adolfo Rebughini** – si concentra in una quindicina di Stati, con in testa California, New York, Florida, Texas e Illinois. Gli *Italian wine lover*, oggi, provengono soprattutto da qui, sono in prevalenza consumatori di origine caucasica (75%), Boomers o Gen X (62%), con una significativa presenza del pubblico femminile. I dati ci confermano una notorietà media del 72% e un tasso di conversione all'acquisto del 55%: un patrimonio che – attraverso Vitality - vogliamo consolidare aprendoci al tempo stesso a nuovi target e mercati emergenti. In quest'ottica la scelta di Chicago non è casuale ma risponde alla volontà di essere al fianco delle imprese italiane nei luoghi più strategici per il loro sviluppo negli Stati Uniti”.

Secondo l'analisi dell'Osservatorio Uiv-Vitality su base IWSR (International Wine and Spirits Record, leader globale nei dati, nelle analisi e nelle informazioni strategiche per il settore delle bevande alcoliche), l'identikit del consumatore del futuro è di genere maschile, Gen Z ma anche Millennial, di etnia latinoamericana o afro-discendente, preferibilmente residente in Texas, Illinois, California, South Carolina e Georgia o altre aree con quei segmenti di popolazione non solo poco esplorati, ma che Stato per Stato dimostrano percentuali di gradimento del vino superiori alla media nazionale. Su queste direttrici l'obiettivo si espande in verticale sulle segmenti demografici in forte crescita, a partire dagli ispanici - che ormai valgono il 20% della popolazione complessiva, con punte superiori al 50% tra i più giovani in Stati come la California o il Texas -, come anche gli afroamericani (14%) o gli asiatici (6%). In orizzontale la diversificazione passa poi attraverso nuove geografie, e guarda a Stati emergenti dei consumi al di fuori delle aree tradizionali: una platea alternativa di 113 milioni di pressoché potenziali nuovi consumatori.

Dall'analisi sui target, si nota per esempio che gli Stati dove la prevalenza dei consumi è più maschile sono California, Florida e New York, mentre a livello etnico la popolazione afroamericana è abbondantemente sopra la media in Georgia, North Carolina e Virginia e gli ispanici in California e Texas. All'anagrafe, gli appartenenti alla Gen Z vanno sopra la media nazionale in Georgia, Illinois, nelle due Caroline e in Texas. Ancora in Texas ma anche a New York sono invece i Millennials ad avere percentuali di rappresentanza significativamente superiori alla media nazionale.

Ribaltando il dato sui vini italiani, e partendo dall'alto della classifica dei consumi, in California e in Florida l'identikit del consumatore di domani è maschio, di etnia ispanica, preferibilmente appartenente alla generazione Millennials. I possibili vini su cui puntare sono rossi, sia frizzanti (stile Lambrusco anche in versione amabile o dolce), sia fermi, strutturati e con spiccata morbidezza, come Primitivo e Amarone.

In Georgia, Illinois e nelle due Caroline il target è prettamente giovane e giovanissimo, ma di etnia afroamericana: qui il ventaglio dei prodotti si allarga, ricomprendendo rossi, in particolare siciliani base come Nero d'Avola ma anche Shiraz, oppure – lato vini bianchi – il Moscato d'Asti e gli spumanti base Moscato.

In Texas si rimane sui giovani, ma appartenenti alla comunità latina (ancora Lambrusco in primis, ma anche Chianti), mentre a New York e Washington il target su cui puntare maggiormente gli sforzi è quello dei Millennials, con vini bianchi non solo base Pinot grigio, ma allargando la “sperimentazione” ai varietali emergenti, come Vermentino e Ribolla. Infine, in Ohio occhi puntati sui Gen Z, mentre in Virginia sono gli afroamericani quelli con maggiore potenziale per i vini tricolori.

Se queste sono le opportunità che emergono negli Stati con forte propensione al consumo, altre si possono cogliere in quegli Stati dove i consumi di vino hanno tassi di penetrazione interessanti, ma la conoscenza dei vini italiani è sotto media nazionale: dall'Arizona al Colorado, passando per Louisiana, New Mexico, Arkansas o Indiana. In Arizona, per esempio, incrociando i dati per genere, etnia ed età, il profilo che emerge è quello di una donna nella fascia over 40, ma appartenente anche alla comunità asiatica (più orientata verso i rossi strutturati, come il Montepulciano d'Abruzzo), mentre in Arkansas si scende alla generazione Millennials per affiancare alla popolazione caucasica gli appartenenti alla comunità afroamericana, a cui offrire un mix fatto di spumantistica marcatamente “territoriale” e rossi base Sangiovese, come il Brunello, e Merlot, come gli Igt toscani. Afroamericani sopra la media nazionale anche in Louisiana e Indiana: nel primo Stato il target è però preferibilmente maschio, sia molto giovane, sia appartenente a una fascia d'età più adulta, mentre in Indiana sono più che altro donne della Gen X. Nel New Mexico il target principale sono i consumatori di origine ispanica, ma di sesso maschile e rientranti nel gruppo dei Millennials, mentre in Colorado sono sempre maschi caucasici della Gen X i più numerosi: a questi ultimi possono essere riservati vini bianchi longevi, come le versioni più impegnative di Soave e Verdicchio.

A Vinitaly.USA (Chicago, 5 e 6 ottobre) saranno presenti 250 espositori tra cantine e consorzi, per un fatturato aggregato di oltre 7,2 miliardi di euro. Le presenze attese di importatori e buyer risultano in linea con i dati registrati nell'edizione 2024 di Vinitaly.USA, confermando l'attrattiva e la continuità dell'evento per la domanda di vino italiano sul mercato statunitense. In programma, in contemporanea, anche **wine2wine Vinitaly Business Forum** e i corsi di formazione della **VIA - Vinitaly International Academy**, oltre a sessioni specifiche di **Vinitaly Tourism** e l'Oil Bar di **SOLEXpo**.

Dopo Vinitaly.USA, il brand fieristico internazionale di Veronafiere dedicato alla promozione del vino italiano farà tappa, con una Preview, in Giappone (Tokyo, 17 e 18 novembre), in Serbia con **Vinitaly @ Wine Vision by Open Balkan** (Belgrado, 22-25 novembre) e di seguito in Albania (Tirana, 26 novembre). Il 2025 si chiuderà con Vinitaly Preview in Thailandia (Bangkok) e India (dicembre). Mentre, ad oggi, il calendario estero 2026 di Veronafiere prevede **Vinitaly Roadshow India** (Mumbai e Panaji - Goa 16 e 18 gennaio 2026), per proseguire poi con le Preview in Polonia (Varsavia, fine gennaio 2026) e in Norvegia (Oslo, febbraio). L'Asia torna al centro della strategia di internazionalizzazione a marzo con **Vinitaly China Chengdu** (22-25 marzo), che passerà il testimone a Verona per la 58^a edizione di **Vinitaly** (12-15 Aprile 2026). Confermato anche il 3° **Vinitaly.USA 2026**.

Area Media Corporate e Prodotto

T. 045.8298.210-427-350 | E-mail: pressoffice@veronafiere.it | Web: veronafiere.it – vinitaly.com

Ispropress:

Benny Lonardi (393.455.5590 direzione@ispropress.it)

Simone Velasco (327.9131676 simovela@ispropress.it)



Concurrent events



Produced by



In collaboration with



In allegato 5-6 slide

Nome evento: **Vinitaly - Wine & Spirits Trade Show**

Tipologia: **B2B**

Cadenza: **annuale**

Date 58ª edizione: **12-15 aprile 2026**

Luogo: **Veronafiere (Verona)**

Website: www.vinitaly.com

Settore/categorie merceologiche: **vini, distillati, liquori, servizi**

Descrizione generale Vinitaly

Vinitaly è la bussola per il business del vino italiano nel mondo. Incubatore di idee, tendenze e trasformazioni, il salone internazionale dei vini e dei distillati di Veronafiere coinvolge l'intera filiera vinicola. Un appuntamento imperdibile che si pone l'obiettivo di rafforzare il networking del settore su scala globale, grazie alla presenza di 4.000 espositori e 97.000 operatori professionali, di cui 32mila esteri (33%), da 130 nazioni (*dati 2025*). A Vinitaly sono 18 i padiglioni da visitare, con focus regionali o tematici per scoprire le ultime novità del settore enologico. Il calendario di Vinitaly offre un ricco programma di appuntamenti: incontri B2B, convegni e degustazioni d'eccezione, walk around tasting e workshop. A completare l'offerta i due saloni che si svolgono in contemporanea: **Enolitech**, dedicato alla filiera tecnologica applicata alla vitivinicoltura e al beverage, e **Xcellent Beers**, che valorizza le birre artigianali d'eccellenza.

Vinitaly pensa non solo agli operatori, ma anche agli appassionati con **Vinitaly and The City** (10-12 aprile 2026), il fuori salone per i wine lover, con degustazioni ed eventi, wine talk, masterclass e percorsi enogastronomici alla scoperta delle eccellenze del vino nel cuore storico di Verona. Un format che è stato esportato nel 2024 e 2025 anche in Calabria, al Parco archeologico di Sibari e che oggi guarda ad altre regioni italiane.

Aree tematiche

- *Vinitaly Bio* è il salone dedicato al vino biologico certificato prodotto in Italia e all'estero che permette a buyer nazionali ed esteri di degustare le etichette presentate da sommelier professionisti.
- *Vinitaly Tourism* è l'evento pensato per creare e condividere valore e connettere i produttori di vino, birre e spirits con buyer turistici altamente profilati.
- *International Wine Hall* celebra la produzione vinicola internazionale, offrendo un'esperienza di degustazione per esplorare e apprezzare la diversità del panorama vinicolo mondiale.
- *Enoteca NoLo* è l'area che presenta i vini No-Low alcohol.
- *Raw wine* è l'evento che celebra i vini naturali, organici e biodinamici con una giornata di tasting full immersion.
- *Micro Mega Wines* offre una selezione di piccole cantine che rappresentano la straordinaria biodiversità dei terroirs e delle cultivar italiani, curata da Ian D'Agata, uno dei massimi esperti e divulgatori del vino italiano nel mondo.
- *Vinitaly Mixology* celebra l'arte di combinare vini, liquori e distillati attraverso masterclass con bartenders di fama e laboratori di alto livello per la creazione di nuovi cocktail.
- *Vinitaly Tasting* è lo spazio di degustazione organizzato da Vinitaly in collaborazione con DoctorWine di Daniele Cernilli, dove l'eccellenza delle etichette italiane viene presentata agli operatori internazionali del canale Ho.re.ca.
- *Vinitaly's Gourmet Experience* offre eccellenze della cucina italiana, selezione di piatti regionali e street-food interpretati da famosi chef.

Le altre iniziative della galassia-Vinitaly

- *Vinitaly PLUS* è la più grande community professionale digitale dedicata al vino, per aggiornarsi e fare business 365 giorni l'anno. Produttori e operatori del settore possono incontrarsi virtualmente sulla piattaforma o fissare un'agenda di incontri in fiera al Buyers Club.
- *Vinitaly OperaWine* (11 aprile 2026) è la super degustazione dei vini italiani più iconici e rappresentativi di tutte le regioni, secondo Wine Spectator.
- *Vinitaly Design Award* (3-4 aprile 2026) è il concorso che premia il miglior packaging del vino, dei distillati, dei liquori, delle birre e dell'olio extra vergine d'oliva.
- *5StarWines – the Book* (7-9 aprile 2026) è la selezione enologica di Veronafiere e Assoenologi per la realizzazione di una guida vini riconosciuta a livello internazionale.
- *Vinitaly International Academy* offre un percorso educativo completo per formare una rete globale di professionisti altamente qualificati come Ambasciatori ed Esperti del Vino Italiano.

I Premi di Vinitaly

- Premio Angelo Betti-Benemeriti della vitivinicoltura.
- Premio Internazionale Vinitaly-Italia.

- Premio Internazionale Vinitaly-Estero.
- Premio Vinitaly, Cent'Anni d'Eccellenza.
- Communicator of the Year (IWSC).
- Premio Vinitaly, Ristorazione d'Eccellenza.
- Premio Vinitaly alla Carriera.

Osservatorio del vino

L'Osservatorio del vino Uiv-Vinitaly è lo strumento di market intelligence per le aziende realizzato in collaborazione con Unione Italiana Vini e Nomisma per fornire dati sempre aggiornati e focus specifici sul settore.

Vinitaly Around the World

Vinitaly porta la propria esperienza in giro per il mondo, creando un ponte tra produttori e professionisti internazionali del vino, attraverso un intenso programma di eventi fieristici (Vinitaly.USA, Wine South America e Wine to Asia) presentazioni e roadshow all'estero. Le iniziative in calendario sono pensate per affiancare le aziende nel loro percorso di internazionalizzazione, generando occasioni di business nei principali mercati della domanda, fidelizzando il rapporto con i top-buyer internazionali e il legame con giornalisti e stampa di settore. A questi appuntamenti si aggiungono le tappe di **Vinitaly Preview**, il format di presentazione all'estero delle nuove edizioni di Vinitaly per il reclutamento di operatori professionali del settore wine&spirits nei mercati strategici della domanda di vino italiano.

Vinitaly.USA è la manifestazione dedicata alla promozione del vino italiano negli Stati Uniti. Si svolge a Chicago, al Navy Pier, il 5 e 6 ottobre 2025. L'evento è organizzato da Veronafiere-Vinitaly con ITA-Italian Trade Agency, Fiere Italiane e la Camera di Commercio italiana americana del Midwest. A questa seconda edizione sono attesi circa 250 espositori tra cantine, con i principali brand italiani, e consorzi territoriali. Dal lato americano partecipano top importer, con un programma che prevede, oltre agli incontri B2B, degustazioni, masterclass e focus di mercato. Per la prima volta, debutta a Vinitaly.USA anche wine2wine business forum, per la prima volta all'estero. Spazio, inoltre, all'enoturismo con Vinitaly Tourism e alla formazione della Vinitaly International Academy. Con Vinitaly.USA, Veronafiere vuole offrire una piattaforma stabile e strategica per rafforzare la presenza delle imprese vitivinicole italiane negli Stati Uniti, facendo sistema con le istituzioni e tutti i principali protagonisti della filiera.

Oltre a Vinitaly.USA, il calendario estero 2025 e 2026 (in aggiornamento) prevede:

- Vinitaly Preview Giappone (Tokyo, 17 novembre 2025)
- Vinitaly Roadshow Giappone (Tokyo, 18 novembre 2025)
- Vinitaly @WineVision Belgrado (Belgrado, 22-25 novembre 2025)
- Vinitaly Preview Albania (Tirana, 26 novembre)
- Vinitaly Preview Thailandia (Bangkok, dicembre 2025)
- Vinitaly Roadshow India (Mumbai, 16 gennaio 2026)
- Vinitaly Roadshow India (Panaji-Goa, 18 gennaio 2026)
- Vinitaly Preview Polonia (Varsavia, fine gennaio 2026)
- Vinitaly Preview Norvegia (Oslo, febbraio 2026)
- Vinitaly China Chengdu (Chengdu, 22-25 marzo 2026)
- Wine South America (Bento Gonçalves, 12-14 maggio 2026)
- Wine to Asia (Shenzhen, 14-16 maggio 2026)

Social network Vinitaly:

Fb <https://www.facebook.com/vinitalyofficial>

IG <https://www.instagram.com/vinitalyofficial/>

YT <https://www.youtube.com/channel/UCDuuDadVIYlqjJcnEa9yYgg>

In <https://www.linkedin.com/company/vinitaly>

Website: www.vinitaly.com

Area Media corporate e prodotto Veronafiere

+39 045.829 8350-8805 - pressoffice@veronafiere.it - www.veronafiere.it

Facebook @veronafiere | Instagram @veronafierespa | LinkedIn @veronafiere