Una Nazionale per il vino italiano: Coldiretti guarda ai Mondiali di calcio 2026

I Mondiali di calcio del 2026 diventano un'occasione per promuovere il vino italiano negli Stati Uniti. Beverfood racconta il progetto di Coldiretti, che ha presentato una "Nazionale dei vini italiani" con l'obiettivo di valorizzare le produzioni del Paese durante la Coppa del Mondo organizzata da Stati Uniti, Canada e Messico. L'iniziativa punta a sfruttare la visibilità dell'evento per rafforzare il posizionamento del Made in Italy in uno dei mercati più importanti per l'export vitivinicolo. L'idea conferma un cambiamento ormai evidente nelle strategie di promozione del beverage. Le grandi manifestazioni sportive sono diventate piattaforme di comunicazione tanto importanti quanto le fiere di settore. Per il vino italiano il tempismo è particolarmente significativo: gli Stati Uniti restano il primo mercato di destinazione, ma il comparto deve fare i conti con incertezze legate ai dazi e a una concorrenza internazionale sempre più agguerrita. La sfida sarà evitare che l'operazione si riduca a una semplice vetrina istituzionale. I grandi eventi producono risultati quando riescono a trasformare la visibilità in esperienze concrete, coinvolgendo ristorazione, distribuzione e turismo. È su questo terreno che si misurerà il successo dell'iniziativa.