vinetur

À Bologne, le salon des vignerons indépendants attire 29 000 visiteurs, au-dessus de sa fréquentation de 2025

Selon les organisateurs, le salon a réuni 1 005 producteurs et plus de 8 000 références en trois jours, les achats directs animant l’ensemble du site

mardi 24 novembre 2026



La 15e édition du Mercato dei Vini dei Vignaioli Indipendenti s’est achevée à Bologne avec 29 000 entrées, soit une fréquentation supérieure à celle de l’édition 2025, selon les chiffres publiés mardi 24 novembre par les organisateurs, BolognaFiere et la FIVI, la Fédération italienne des vignerons indépendants.

Le salon, qui s’est tenu pendant trois jours au parc des expositions de Bologne, a réuni 1 005 producteurs de la FIVI dans les pavillons 29 et 30 et proposé plus de 8 000 références à la dégustation et à la vente, ont indiqué les organisateurs. Ils ont également fait état de meilleurs résultats commerciaux pour les exposants que l’année précédente, sans toutefois publier de comparaison d’une année sur l’autre ni de chiffre d’affaires.

L’événement est devenu l’une des principales vitrines italiennes pour les petits et moyens domaines viticoles qui cultivent leurs propres raisins et élaborent leurs vins. Outre des producteurs de toutes les régions italiennes, l’édition de cette année a aussi accueilli des vignerons indépendants de Bulgarie, de République tchèque et de Slovénie, par l’intermédiaire de la CEVI, la Confédération européenne des vignerons indépendants. Le salon a également reçu 29 producteurs d’huile d’olive affiliés à la FIOI, la fédération italienne des oléiculteurs indépendants.

Selon les organisateurs, le profil des visiteurs évolue et compte une part croissante de consommateurs avertis, qui viennent non seulement déguster des vins, mais aussi les acheter directement aux producteurs. Cette priorité donnée à l’achat direct était visible dans tout le salon. BolognaFiere a indiqué avoir mis à la disposition des acheteurs 1 500 chariots et diables pour transporter les bouteilles jusqu’aux parkings. Un service d’expédition à domicile était également proposé dans l’enceinte du parc des expositions.

Rita Babini, vigneronne et présidente de la FIVI, a souligné que l’importance de l’événement ne se résumait pas au nombre de visiteurs. Dans un communiqué, elle a déclaré que le salon restait un rendez-vous annuel essentiel pour les producteurs, les amateurs de vin et les professionnels du secteur, et estimé que la qualité et l’enthousiasme du public étaient au cœur de son attrait.

Le président de BolognaFiere, Gianpiero Calzolari, a présenté l'événement comme la preuve de la vitalité d'un modèle économique agricole fondé sur l'identité locale et la qualité des produits. Il a également évoqué les liens croissants entre le salon et la ville de Bologne, qui occupe une place de plus en plus importante dans la stratégie de l'événement depuis quelques années, grâce à une programmation organisée hors les murs.

Cette présence élargie dans la ville s'est notamment traduite par le programme Fuori Mercato, qui dépassait le cadre des halls d'exposition. Plus de 60 établissements de Bologne et de sa province ont participé aux événements organisés les 20 et 21 novembre, selon les organisateurs. Parmi eux figurait FUORI DI FIVI, qui a accueilli cette année pour la première fois le Mercato Albani de Bologne. Le programme hors les murs comprenait aussi une « nuit blanche » consacrée à la restauration, organisée par Confcommercio Ascom Bologna : les restaurants participants ont gardé leurs cuisines ouvertes jusqu'à minuit pour les producteurs et les visiteurs du salon.

Dans le parc des expositions, les organisateurs ont attribué la forte fréquentation à un programme dense de dégustations et de conférences. Les quatre masterclasses de la FIVI ont affiché complet, ont-ils indiqué. Le thème de cette année était « Think Pink », autour des vins et des producteurs réunis sous l'idée de faire naître l'espoir. Les séances ont notamment porté sur les vignobles conduits en agriculture biologique dans le Valdarno di Sopra et sur les rosés de cinq régions italiennes : la Vénétie, la région du lac de Garde, les Abruzzes, les Pouilles et la Calabre. D'autres masterclasses ont exploré les vignobles volcaniques des îles de Salina, Lipari et Vulcano, ainsi qu'un projet dans le Valpolicella mené en partenariat par une productrice et une coopérative sociale, qui associe des jeunes en situation de handicap à toutes les étapes de la production.

Le secteur consacré à l'huile d'olive a lui aussi attiré beaucoup de visiteurs, selon les organisateurs. Au FIOI Oil Bar, des dégustateurs professionnels ont guidé le public parmi les huiles des 29 exploitations participantes et expliqué comment distinguer une huile d'olive extra vierge de qualité des huiles de catégorie inférieure ou présentant des défauts. L'espace proposait aussi des dégustations de pains préparés par Il Forno di Calzolari, accompagnés d'huiles sélectionnées pour leurs notes piquantes, amères et

fruitées.

Le stand de la région Émilie-Romagne, géré par le service régional de l'agriculture, a également connu une forte affluence. Le chef Carla Brigliadori y animait des dégustations commentées afin de promouvoir les produits régionaux bénéficiant d'une appellation protégée, accompagnés de vins locaux sélectionnés par des producteurs de la FIVI et présentés par l'Enoteca Regionale Emilia Romagna. Parmi les produits mis à l'honneur figuraient notamment le vinaigre balsamique traditionnel de Modène, le Parmigiano Reggiano, le Culatello di Zibello, la Piadina Romagnola, la Coppa di Parma et le Squacquerone di Romagna.

Les organisateurs ont indiqué que les espaces de restauration du parc des expositions étaient restés très fréquentés pendant toute la durée de l'événement, qu'il s'agisse de l'espace de restauration du pavillon 26, du bar à café et du stand de glaces de la galerie ou du restaurant avec service à table du pavillon 28. Cette activité illustrait la double vocation du salon, à la fois rendez-vous professionnel et grand marché ouvert au public, où les visiteurs passent des dégustations organisées aux achats directs et aux accords mets-vins.

Les derniers jours du salon ont également été marqués par la remise de deux prix annuels. Le prix « Vignaiolo come noi » a été décerné à RECUP, une association de promotion sociale qui lutte contre le gaspillage alimentaire. Le prix « Leonildo Pieropan » a été remis à Mario Pojer, producteur du Trentin largement reconnu dans le monde viticole italien pour son innovation technique et son influence durable dans le secteur. La FIVI a précisé que le premier prix récompense des personnes ou des organisations extérieures au métier de vigneron dont le travail reflète des valeurs telles que la qualité, l'originalité et le savoir-faire, tandis que le second rend hommage à l'un des fondateurs de la fédération.

Le dernier jour, le salon a également servi de cadre au lancement d'une nouvelle initiative de recherche pour la filière viticole. La FIVI a présenté FIVI Lab, décrit comme un observatoire des entreprises viticoles intégrées verticalement, développé avec l'Accademia Italiana della Vite e del Vino. Selon les organisateurs, le projet vise à répondre aux enjeux actuels des producteurs de vin et à renforcer les outils d'analyse

disponibles pour une partie de la filière qui estime souvent être sous-représentée dans les débats sur les politiques publiques et les marchés.

Le Mercato dei Vini dei Vignaioli Indipendenti est un événement de la FIVI organisé par BolognaFiere avec le soutien du gouvernement régional d’Émilie-Romagne, de la ville de Bologne et de Confcommercio Ascom Bologna. Les organisateurs ont indiqué que la prochaine édition était prévue en 2027.