vinetur

Italien startet Förderprogramm für Weintourismus 2026/27

Die Regionalbehörden entscheiden, ob Beihilfen für Weinbergsbesuche, Werbeveranstaltungen, Weinstraßen und digitale Routenplanungs-Tools aktiviert werden.

Freitag, 2. Oktober 2026



Italien bringt ein neues Förderprogramm für den Weintourismus für die Kampagne 2026/27 voran, nachdem das Landwirtschaftsministerium ein Dekret mit den allgemeinen Regeln unterzeichnet hat und die nationale Agentur für Agrarzahlungen AGEA die operativen Vorgaben veröffentlicht hat, nach denen die Regionen Anträge,

Kontrollen und Zahlungen verwalten werden.

Die Maßnahme wurde am Freitag von Fi.R.A. bekannt gegeben, unter Verweis auf Dekret Nr. 483420, das Italiens Ministerium für Landwirtschaft, Ernährungssouveränität und Forsten am 18. Sept. unterzeichnete, sowie auf die AGEA-Rundschreiben Nr. 79521, veröffentlicht am 1. Okt. Das Ministeriumsdéret wird noch von den Aufsichtsstellen registriert, legt aber bereits den Rahmen für den Zugang zu öffentlichen Unterstützungsmaßnahmen fest, die auf die Förderung des Weintourismus in den Erzeugerregionen abzielen.

Das neue Instrument geht auf die jüngste Reform des Weinpakets der Europäischen Union im Rahmen der Gemeinsamen Agrarpolitik zurück. Nach Angaben von Fi.R.A. ist das Ziel, den Ruf der italienischen Weinberge durch tourismusbezogene Werbung in Verbindung mit den weinproduzierenden Gebieten zu stärken. Die umfassendere EU-Reform, festgelegt in der Verordnung (EU) 2026/471, wurde am 26. Feb. im Amtsblatt der Europäischen Union veröffentlicht und trat am 18. März in Kraft. Sie aktualisiert die Regeln für den Weinmarkt in einer Zeit, in der die Branche mit sinkendem Konsum, instabilen internationalen Märkten und den Folgen des Klimawandels zu kämpfen hat.

Im Rahmen dieser umfassenderen Reform ist Weintourismus als Hebel für wirtschaftliche Entwicklung und als Mittel zur Unterstützung ländlicher Gemeinden anerkannt worden. In der Praxis benennt das italienische Dekret zwei Hauptgruppen förderfähiger Maßnahmen. Die eine umfasst Promotions- und Werbeinitiativen, die die Standards von Produkten aus Weinregionen hervorheben, mit Blick auf Qualität, Traditionen, Lebensmittelsicherheit und Umweltfragen. Die andere betrifft die Organisation von Veranstaltungen, Messen und Ausstellungen, die den Weintourismus in den Erzeugungsgebieten fördern und den Ruf der italienischen Weinberge verbessern sollen.

Das AGEA-Rundschreiben erläutert außerdem genauer, was im Rahmen regionaler Ausschreibungen finanziert werden kann. Zu den förderfähigen Aktivitäten zählen Weintourismus per Fahrrad in Verbindung mit Weinregionen, geführte Besuche und Erlebnisse in Weinbergen und Weingütern, Bildungs- und Kulturinitiativen sowie Projekte zur Förderung von Weinlandschaften und Weinerbe. Das Rundschreiben

erlaubt zudem Unterstützung für Incoming-Aktivitäten, Studienreisen und Pressereisen, die das Wissen über Weinregionen und deren Produktion vertiefen sollen.

Die Regeln öffnen zudem die Tür für B2B-Initiativen, die touristische Angebote in Verbindung mit Weinregionen bewerben. Dazu können Treffen mit Reiseveranstaltern, Reisebüros, Akteuren des Food-and-Wine-Tourismus und anderen Vermittlern gehören, sofern die Initiativen direkt darauf ausgerichtet sind, Besuchern die Entdeckung, Vermarktung und Buchung von Tourismuserlebnissen in den vom Projekt erfassten Weinregionen zu erleichtern. Die Vorgaben stellen klar, dass die Förderung nicht für die bloße kommerzielle Vermarktung von Weinprodukten gedacht ist.

Ein weiterer Teil des Programms betrifft digitale Werkzeuge und Tools zur Routenplanung. AGEA erklärt, dass die Finanzierung die Entwicklung und Erstellung von Karten, Weintourismusrouten und -itineraren sowie digitaler Werkzeuge und Plattformen unterstützen kann, einschließlich solcher mit Geolokalisierungssystemen. Diese Instrumente sollen Nutzern helfen, Weinberge, Weingüter und andere im Weintourismus aktive Orte zu identifizieren, Informationen über Erlebnisse und Veranstaltungen zu finden und Besuche in den im Projekt enthaltenen Gebieten zu organisieren.

Das Rundschreiben erlaubt auch Maßnahmen zur Aufwertung offiziell anerkannter Weinstraßen nach dem italienischen Gesetz Nr. 268 von 1999. Dazu können Routen, Veranstaltungen, Informationsaktivitäten und digitale Werkzeuge gehören, die Besuchern einen integrierten Zugang zu Weinbergen, Weingütern und den umliegenden Weinregionen ermöglichen sollen.

Mit Beginn der Weinanbaukampagne 2026/27 wird das Programm einem breiten Spektrum von Organisationen offenstehen, die im Weinsektor aktiv sind. Förderfähig sind unter anderem Berufsorganisationen, die die Weinproduktion vertreten, Erzeugerorganisationen nach EU-Recht, Vereinigungen von Erzeugerorganisationen, branchenübergreifende Organisationen mit Spezialisierung auf Wein sowie Erzeugergruppen, die geschützte Ursprungsbezeichnungen und geschützte geografische Angaben im Weinsektor verwalten. Zugelassene Schutzkonsortien sind ebenfalls einbezogen, ebenso wie Weinproduzentenorganisationen, die als Konsortien,

Konsortialgesellschaften oder Genossenschaften mit nachgewiesener Erfahrung im Weinbusiness gegründet wurden. Auch einige branchenübergreifende Organisationen, die als Körperschaften des öffentlichen Rechts gelten, sowie vorübergehende oder dauerhafte Zusammenschlüsse von Weinproduzentenorganisationen können einen Antrag stellen.

Die Projekte werden regional verankert sein, doch die Regeln berücksichtigen auch regionenübergreifende Vorhaben. Wenn ein Projekt zwei oder mehr Regionen umfasst, muss der Begünstigte in jeder Region, in der das Projekt durchgeführt wird, einen Antrag stellen. AGEA stellt zudem klar, dass Informations-, Werbe- und Promotionsaktivitäten außerhalb der vom Projekt abgedeckten Region verteilt werden können, entweder anderswo in Italien oder in anderen EU-Ländern, solange der Zweck eindeutig darin besteht, Besucher in die Weinberge, Weingüter und Weinregionen der beteiligten Erzeugergebiete zu locken.

Das könnte auch für Italiens breitere Getränkeindustrie sowie für Tourismusakteure von Bedeutung sein. Wenn die Regionen die Maßnahme aktivieren und Antragsteller sie wirksam nutzen, könnte die Förderung dazu beitragen, mehr Reiselust in die Weinbaugebiete zu lenken, den Ruf der lokalen Weinregionen zu stärken und für Konsortien, Wein-Gastbetriebe und Anbieter, die Verkostungs-, Rad-, Kultur- und Landerlebnisse rund um den Wein bündeln, zusätzliche Umsatzchancen zu schaffen.

Der Zeitplan enthält eine Sonderfrist für das erste Jahr. Nach dem Ministerialdekret sollen Anträge grundsätzlich jedes Jahr bis zum 30. Okt. eingereicht werden, wobei die Verfahren von AGEA im Einvernehmen mit den Regionen festgelegt werden. Nur für die Kampagne 2026/27 wurde die Frist für den Antrag auf Förderung jedoch auf den 15. Dez. 2026 verlängert.

Auch wenn der nationale Rahmen nun steht, hängt die endgültige Umsetzung von regionalen Entscheidungen ab. Fi.R.A. erklärte, es werde bei jeder Region liegen zu entscheiden, ob die Weintourismus-Maßnahme aktiviert wird. Das bedeutet, dass der Zugang zu den neuen Mitteln im ganzen Land unterschiedlich ausfallen kann, je nachdem, ob die Regionalbehörden die Maßnahme starten und die entsprechenden Ausschreibungen veröffentlichen.

Das Programm kommt zu einem Zeitpunkt, an dem italienische Weinproduzenten und lokale Institutionen nach Wegen suchen, ihre Einnahmen zu diversifizieren und die Verbindungen zwischen landwirtschaftlicher Produktion, Gastgewerbe und standortbezogenem Marketing zu stärken. Indem die Förderung an Besuche, Veranstaltungen, Bildungsaktivitäten, Routen und digitale Zugangs-Tools geknüpft wird, soll die Maßnahme die Ausgaben über die Flasche hinaus lenken und auf die breitere Besucherökonomie rund um Weinberge und Weinregionen ausrichten.