vinetur

El vino italiano busca salir de la crisis con una ofensiva política y comunicativa

Assoenologi reclama frenar la caída del consumo y defender el valor cultural, sanitario y económico del sector

viernes 29 de mayo de 2026



Los enólogos italianos han pedido dejar atrás la negatividad y abrir una nueva etapa para el vino italiano, en un momento de caída del consumo y de presión sobre el sector por los cambios en los hábitos de compra, la subida de precios y el debate sanitario. El llamamiento se ha hecho en el 79º Congreso de Assoenologi, celebrado en Conegliano, en el corazón de las colinas de Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg, con mensajes enviados por la presidenta del Gobierno, Giorgia Meloni, y por el comisario europeo de Agricultura, Christophe Hansen.

El presidente de Assoenologi, Riccardo Cotarella, abrió el encuentro con un mensaje directo: el vino necesita volver a su vínculo con la tierra y con las comunidades que lo sostienen. También pidió abandonar la resignación ante la bajada del consumo y ante los mensajes que reducen el vino solo a su contenido alcohólico. Cotarella recordó que el sector ya ha pasado por otras crisis y citó como ejemplo la recuperación tras el escándalo del metanol. Según dijo, la salida pasa por un lenguaje más claro, capaz de explicar el territorio, las familias productoras, los viñedos y la función social del vino en la mesa.

En su intervención, Cotarella mostró además un artículo publicado por The New York Times en 1984 sobre la caída de ventas del vino en Estados Unidos. Lo utilizó para subrayar que parte del debate actual repite argumentos antiguos: preocupación por la salud, mensajes confusos y una comunicación que no siempre ayuda al sector. A su juicio, los enólogos, los sumilleres y otros profesionales deben asumir un papel activo para frenar la caída del consumo y responder a las campañas que presentan el vino como si fuera solo alcohol.

Giorgia Meloni, en su mensaje al congreso, defendió la protección de las indicaciones geográficas y rechazó los intentos de demonizar el vino mediante etiquetas o sistemas de información que puedan inducir a error al consumidor. La jefa del Ejecutivo situó el vino dentro de la Dieta Mediterránea y lo vinculó con bienestar, convivencia y consumo responsable. También señaló las oportunidades ligadas al comercio exterior y al turismo, un ámbito que definió como una vía de desarrollo para el sector.

El ministro del Interior, Matteo Piantedosi, insistió en esa misma línea y subrayó que el Gobierno quiere reforzar la competitividad del sistema vitivinícola, proteger el empleo y apoyar modelos productivos de calidad. Añadió que la prevención de conductas de riesgo y la tutela de la salud deben ir acompañadas por una estrategia mediática más clara. Piantedosi también puso el foco en la innovación, la investigación científica y la defensa de las denominaciones de origen.

El ministro de Agricultura, Francesco Lollobrigida, explicó varias medidas puestas en marcha por su departamento. Entre ellas citó el aumento de fondos para el sector agrario y vitivinícola, el apoyo a la eficiencia energética de las bodegas y las ayudas

para mejorar la resiliencia empresarial. Según detalló, unas 2.500 empresas vitivinícolas instalarán paneles solares sobre cubiertas o espacios ya utilizados para transformación o almacenamiento, con un ahorro estimado del 30% en energía. También habló del impulso al relevo generacional y de nuevas herramientas contra las falsificaciones.

Lollobrigida defendió además una nueva etiqueta con tricolor y código QR para facilitar la identificación del producto italiano. Según dijo, ya se ha sumado a esta iniciativa el Consorcio del Prosecco. El ministro recordó también las intervenciones recientes contra imitaciones que evocaban indebidamente ese nombre comercial y afirmó que el Estado debe proteger a los productores frente a fraudes y usos indebidos.

En su intervención sobre comunicación pública, Lollobrigida sostuvo que el vino debe volver a presentarse como parte de una alimentación equilibrada y no solo como una bebida alcohólica. Defendió campañas informativas dirigidas a jóvenes y mercados exteriores y aseguró que Italia debe apostar por calidad antes que por volumen o precio bajo. También afirmó que Vinitaly sigue siendo una plataforma central para promocionar no solo negocio, sino cultura del vino.

Desde Ice, su presidente Matteo Zoppas recordó que las exportaciones italianas de vino rozan los 8.000 millones de euros y atribuyó ese resultado a la calidad del producto, al trabajo técnico en bodega y al vínculo con el territorio. Subrayó además el papel de los enólogos en la mejora continua del sector y pidió acompañar a las empresas en un momento marcado por tensiones comerciales y cambios en los mercados.

El eurodiputado Dario Nardella intervino también con un mensaje centrado en Bruselas. Recordó que el Parlamento Europeo aprobó un nuevo paquete sobre el vino con medidas para facilitar proyectos de enoturismo, ampliar los plazos de promoción europea hasta nueve años en algunos casos y ofrecer herramientas para situaciones difíciles como el almacenamiento o el arranque excepcional de viñedos. Nardella señaló además que más del 20% del facturado por muchas bodegas italianas ya procede del enoturismo.

En Conegliano se entregaron varios reconocimientos dentro del congreso anual de Assoenologi. Entre ellos figuraron los concedidos al ministro Lollobrigida como “Personaggio dell’anno 2026”, al director de WineNews Alessandro Regoli como “Enologo ad honorem”, al presidente del Véneto Luca Zaia como “Premio speciale territorio” y a Stevie Kim como “Premio Assoenologi Comunicazione Internazionale”. También fueron nombrados socios honorarios Matteo Zoppas, Federico Bricolo, Fabio Chies y Dario Stefàno.

El encuentro reunió así a representantes institucionales, técnicos y empresariales en torno a una misma idea: frenar la pérdida de consumo sin renunciar al valor cultural del vino italiano ni a su peso económico dentro del país y fuera de él.