vinetur

Piamonte resiste en el vino con la única subida exportadora de Italia

La región crece un 0,5% frente al desplome nacional del 8,2% en un mercado bajo presión

jueves 9 de julio de 2026



El Gobierno regional de Piamonte informó este miércoles, 8 de julio, de una evolución desigual para el vino de la región en los primeros meses de 2026. Según los datos presentados ante la Tercera Comisión del Consejo Regional, las exportaciones de vino piamontés subieron un 0,5% en el primer trimestre del año, mientras que el conjunto de Italia registró una caída del 8,2%.

La información fue expuesta por el presidente de la región, Alberto Cirio, y por el consejero de Agricultura, Paolo Bongioanni. Ambos trasladaron que el sector mantiene capacidad de venta fuera de Italia, pero al mismo tiempo sufre un momento marcado por varios problemas para muchas empresas y para algunas denominaciones de origen de peso en la región.

Cirio explicó que el dato del 0,5% sitúa a Piamonte como la única región italiana con avance en exportaciones vinícolas durante ese periodo. El presidente vinculó ese resultado a la reacción de las bodegas ante un escenario internacional complicado y a su entrada en nuevos mercados. También señaló que persisten factores que presionan al negocio, entre ellos las tensiones geopolíticas, los aranceles comerciales y una demanda mundial más lenta.

La comparación con el dato nacional da una referencia útil sobre la posición de Piamonte dentro del mapa vinícola italiano. La región ocupa el segundo lugar del país en exportaciones de vino, solo por detrás del Véneto, según indicó Bongioanni. Ese peso hace que cualquier variación en sus ventas exteriores tenga interés para productores, distribuidores e importadores, también fuera de Italia.

Para el sector de bebidas, esta evolución sirve como señal sobre cómo se están moviendo los mercados internacionales en una categoría con fuerte dependencia del comercio exterior. Un avance limitado, pero en terreno positivo, frente al retroceso nacional puede influir en decisiones sobre precios, volúmenes y apertura comercial en vino y en otras bebidas ligadas a la hostelería y a la exportación.

La administración regional defendió además su política de apoyo económico al viñedo y a las bodegas. Cirio cifró en más de 100 millones de euros los fondos destinados al sector vitivinícola. De esa cantidad, unos 80 millones se han dirigido a la mejora de las explotaciones agrícolas; 10 millones, a favorecer la diversificación mediante enoturismo y hospitalidad; 18 millones, a la promoción de los vinos piamonteses en mercados italianos e internacionales; y otros 1,7 millones corresponden a una partida extraordinaria para ayudar a las producciones más afectadas por la crisis internacional y por los aranceles.

El Ejecutivo regional presentó estas cifras como parte de una estrategia para sostener una actividad que tiene peso económico y también valor para la imagen exterior del territorio. En esa línea, Bongioanni afirmó que guerras, aranceles, crisis económicas y cambios en los hábitos de consumo son factores que no dependen de la región, pero sí obligan a adaptar la respuesta comercial.

Una de las herramientas anunciadas para esa adaptación es el nuevo Observatorio Vitivinícola del Piamonte. El proyecto se desarrollará junto con la Universidad de Turín y la Fundación Agrion. Su función será seguir la evolución de la demanda internacional, localizar mercados con mayor potencial y ofrecer a las empresas orientación sobre estrategias comerciales e inversiones.

La creación de ese observatorio apunta a una necesidad cada vez más clara entre las bodegas: contar con información más precisa sobre dónde vender y cómo hacerlo en un momento con consumo menos dinámico en varios destinos tradicionales. Para muchas empresas del vino, disponer de datos sobre demanda exterior puede ayudar a ajustar campañas comerciales y presencia en ferias o misiones empresariales.

Bongioanni añadió que durante 2026 están previstos 66 actos de promoción en Italia y en el extranjero en los que el vino tendrá un papel central como producto ligado al agroalimentario piamontés y al atractivo turístico de la región. Esa agenda promocional forma parte del intento institucional por mantener visibilidad comercial en un año con señales mixtas para las ventas.

La región también comunicó la reactivación del llamado Tavolo verde, que reúne a organizaciones profesionales agrarias y al mundo industrial, así como del Tavolo vitivinícola, donde participan además los consorcios de tutela. El objetivo es abordar decisiones compartidas sobre toda la cadena y preparar posiciones comunes ante asuntos como la futura programación europea de la PAC para el periodo 2027-2035.

El mensaje trasladado por las autoridades regionales combina así dos planos. Por un lado, Piamonte conserva capacidad exportadora y mejora su comportamiento relativo frente al promedio italiano. Por otro, muchas bodegas siguen bajo presión por factores externos que afectan al comercio internacional y al consumo. Esa combinación explica que la región hable de luces y sombras para uno de sus sectores agroalimentarios más

conocidos.