vinetur

El sector del vino italiano pide una gran mesa de crisis ante la pérdida de rentabilidad

El Consorcio Barbera d’Asti reclama un plan común ante menos consumo, más existencias y el impacto del clima

martes 15 de septiembre de 2026



Filippo Mobrici, del Consorcio Barbera d’Asti y Vini del Monferrato, reclamó este lunes, 14 de septiembre, la convocatoria inmediata de unos “Estados Generales del vino” en Italia para acordar una respuesta común a tres presiones que, a su juicio, están

pesando sobre el sector: la caída del consumo, el aumento de las existencias y el impacto del clima. Su planteamiento se resume en una idea simple: sin ingresos suficientes, la continuidad de muchas empresas queda en cuestión.

La petición se dirige a las instituciones, a los consorcios y a la distribución. Mobrici plantea una mesa amplia para fijar un plan compartido que ayude a sostener la capacidad comercial del vino italiano y las rentas de la cadena. El mensaje llega en un momento en el que parte del sector observa con preocupación el desequilibrio entre la oferta y la demanda.

En el negocio del vino, una combinación de menor consumo y más existencias suele tener efectos inmediatos. Las ventas avanzan con más lentitud, el almacenamiento gana peso, se complica la programación de nuevas salidas al mercado y la presión termina llegando al precio de la uva y al margen de las bodegas. Esa secuencia no afecta solo a las empresas de elaboración: también condiciona a viticultores, cooperativas, operadores comerciales y canales de venta.

A esa situación se suma el factor climático. Los cambios en la meteorología y los episodios extremos pueden alterar rendimientos, calendarios de vendimia y previsiones productivas. Para un sector que trabaja con ciclos largos y necesita anticipar inversiones, cualquier alteración de ese equilibrio tiene efectos directos sobre la renta y sobre la planificación de la campaña siguiente.

La fórmula de los “Estados Generales del vino” apunta a una reunión de amplio alcance entre productores, organismos de representación, administraciones y distribución. En este tipo de foros, el sector suele discutir herramientas para ajustar mejor la oferta, ordenar promociones, defender el valor del producto y repartir de forma más equilibrada la presión del mercado entre los distintos eslabones de la cadena.

La iniciativa del consorcio piamontés va más allá de una petición interna. Si prospera, puede acelerar decisiones sobre cómo gestionar el exceso de existencias y cómo acompasar la producción con la demanda en otras zonas vitivinícolas italianas. Eso tendría efectos potenciales sobre bodegas, distribuidores, restauración y comercio especializado, porque el vino es una categoría con fuerte peso en la facturación de muchos operadores.

También importa al sector de bebidas en un sentido más amplio. El vino comparte espacio comercial, presupuesto de compra y canales de hostelería con otras categorías. Cualquier medida que busque equilibrar oferta y demanda o recuperar rentabilidad puede influir en campañas de promoción, políticas de precio y planificación de ventas. De forma indirecta, también puede tener impacto sobre actividades ligadas al vino, como el enoturismo, cuya evolución depende en buena medida de la salud económica de las bodegas y de su capacidad para seguir invirtiendo en recepción de visitantes.

El mensaje de Mobrici pone el foco en la renta como condición básica para mantener el viñedo y la estructura empresarial. Cuando esa renta cae, se reduce el margen para invertir en campo, elaborar, almacenar, financiar stock y abrir mercado. En un negocio sometido a ciclos agrícolas y comerciales largos, esa pérdida de margen limita la capacidad de reacción ante campañas difíciles o ventas por debajo de lo previsto.

Con esa apelación, el Consorcio Barbera d’Asti y Vini del Monferrato pide que la respuesta no quede en manos de un solo actor. La propuesta sitúa en la misma conversación a instituciones, consorcios y distribución para buscar una hoja de ruta común en un momento en el que el vino italiano soporta menos consumo, más existencias y una presión climática que añade incertidumbre a toda la cadena.