vinetur

OIVE cierra en Oslo el lanzamiento de la campaña europea para impulsar vinos con DOP e IGP

Noruega es un mercado prioritario, con más del 54% del vino español importado bajo sello DOP

martes 22 de septiembre de 2026



La Interprofesional del Vino de España (OIVE) y la asociación portuguesa ViniPortugal han cerrado en Oslo la ronda de presentaciones de la iniciativa europea ‘Celebrate the Diversity’, una campaña cofinanciada por la Unión Europea para reforzar la notoriedad de los vinos con Denominación de Origen Protegida (DOP) e Indicación Geográfica Protegida (IGP) en Suiza, Reino Unido y Noruega.

La escala noruega llega después de los actos organizados en Zúrich en junio y en Londres en julio. Con esta tercera cita, ambas entidades dan por completada la fase de lanzamiento de un programa con una duración de tres años y orientado a mejorar el conocimiento y la posición comercial de los vinos amparados por regímenes europeos de calidad fuera de la UE.

La presentación en la capital noruega reunió a periodistas especializados, importadores, distribuidores y sumilleres. El programa incluyó un taller sobre vinos españoles y portugueses dirigido por Francesco Marzola, elegido Mejor Sommelier de Noruega en 2020, además de un encuentro con medios y una cena de maridaje.

Al acto asistieron también la embajadora de España en Oslo, Alejandra del Río Novo; el embajador de Portugal, Pedro Pessoa e Costa; la agregada comercial jefa de la Oficina Económica y Comercial de España en Oslo, Alicia Pindado García; y la analista de mercado de esa misma oficina, María Luisa Aragón Sánchez.

La delegación española estuvo encabezada por la directora general de OIVE, Susana García. Durante la jornada se celebró además una mesa redonda centrada en las tendencias del mercado noruego y en los problemas que plantea el cambio climático para el sector vitivinícola.

Desde OIVE subrayan que Noruega es uno de los mercados prioritarios para este programa por el peso que tienen allí la sostenibilidad, la autenticidad y la trazabilidad en la decisión de compra. La organización cifra en más del 54% la proporción de vino español importado en ese país que cuenta con sello DOP. A partir de ese dato, la interprofesional considera que la calidad certificada tiene una posición relevante en valor y en garantía de origen dentro de ese mercado.

Susana García sostuvo que la campaña permite estrechar la relación entre las 106 DOP y 43 IGP españolas y los profesionales noruegos de la restauración y del comercio especializado. La responsable de OIVE vinculó ese trabajo con la búsqueda de productos con certificación, procedencia acreditada y capacidad de adaptación a distintos formatos de consumo.

La colaboración entre OIVE y ViniPortugal no es nueva. Ambas organizaciones ya trabajaron juntas en 2022 en el programa europeo ‘A Shared Passion’. La nueva iniciativa mantiene esa línea y, en palabras de las dos entidades, se apoya en la cercanía entre los sectores vitivinícolas de España y Portugal y en una estrategia compartida para promover sus vinos en mercados internacionales.

OIVE y ViniPortugal recuerdan además que España y Portugal suman la mayor superficie de viñedo del mundo y reúnen un amplio número de figuras de calidad reconocidas por la Unión Europea. Ese punto es uno de los argumentos del proyecto, que busca presentar la diversidad de orígenes y estilos de ambos países como una oferta amplia para compradores, prescriptores y profesionales de hostelería.

La víspera de la presentación oficial en Oslo se celebró una cena de maridaje dirigida a prescriptores del canal HORECA y a profesionales de la gastronomía local. La organización planteó ese encuentro como una muestra práctica de la versatilidad de los vinos españoles y de sus posibilidades de armonización con propuestas de alta cocina noruega.

Tras el arranque en Suiza, Reino Unido y Noruega, ‘Celebrate the Diversity’ entra ahora en su fase de desarrollo. El plan previsto para los próximos tres años incluye 17 talleres técnicos, nueve cenas gastronómicas y nueve viajes de formación e inmersión a regiones vitivinícolas de España y Portugal. Estas acciones estarán dirigidas a profesionales y periodistas de los tres mercados seleccionados.

En el sector del vino, las DOP y las IGP funcionan como sellos que certifican el origen del producto y unas condiciones de elaboración concretas. Para los promotores de la campaña, ese elemento puede ser determinante en países donde el comprador profesional presta atención al origen, a la trazabilidad y a la información que acompaña a cada referencia.

Con el cierre del lanzamiento en Oslo, OIVE da continuidad a una de sus líneas de trabajo fuera de España: apoyar la proyección internacional de los vinos con figuras de calidad diferenciada y reforzar su presencia en mercados donde el consumo se apoya en importadores, restauración especializada y prescriptores con capacidad de influencia sobre la compra final.