vinetur

Italia activa ayudas al enoturismo para impulsar sus zonas vitivinícolas

Consorcios, productores y entidades interprofesionales podrán financiar visitas y actos públicos en bodegas y comarcas

martes 29 de septiembre de 2026



Este lunes, 28 de septiembre, el ministro italiano de Agricultura, Soberanía Alimentaria y Bosques, Francesco Lollobrigida, anunció la firma del decreto que pone en marcha ayudas para promover el enoturismo vinculado a las zonas vitivinícolas del país. La

medida desarrolla en Italia la reforma de la intervención del vino dentro de la Política Agraria Común, el llamado “Paquete vino”.

Lollobrigida afirmó que el objetivo es reforzar la reputación del vino italiano y favorecer el desarrollo de los territorios productores. En sus palabras, apoyar el enoturismo implica asociar la calidad de los vinos al paisaje, la cultura, la hospitalidad y las tradiciones locales, además de dar más visibilidad al patrimonio vitivinícola en los lugares donde nace.

El decreto prevé apoyo para iniciativas dirigidas a aumentar el conocimiento de los viñedos y de los territorios en los que se producen los vinos. Los beneficiarios serán los consorcios de tutela, las organizaciones de productores y las entidades interprofesionales. Estas estructuras podrán optar a las ayudas para organizar actividades de promoción sobre el terreno, como actos públicos, encuentros, visitas y otras acciones ligadas a la difusión de la oferta vitivinícola.

La tramitación de las solicitudes quedará abierta hasta el 30 de octubre de cada año, con procedimientos que fijará Agea de acuerdo con las regiones italianas. Para la anualidad 2026/2027, el plazo se ha fijado para el próximo 15 de diciembre.

El ministro sostuvo que la norma es resultado del trabajo realizado por Italia en las instituciones europeas para reforzar la posición del sector vitivinícola, al que definió como estratégico para la marca país. La intención del Gobierno italiano es apoyarse en la labor de los consorcios y de las organizaciones de productores para acercar al visitante a las zonas de origen y presentar allí la singularidad de cada denominación y de cada territorio.

Para el sector de las bebidas, la medida puede tener efectos más allá de la promoción institucional. Si las ayudas se traducen en más visitas, actos y actividades en bodegas y comarcas vitícolas, el vino gana visibilidad ante el consumidor en el punto de origen y se abren nuevas opciones de cofinanciación para campañas ligadas a la experiencia de visita. Ese vínculo entre producto, territorio y recepción de visitantes suele influir en la imagen de marca y, de forma indirecta, en la demanda de vinos de alta gama y de otras referencias asociadas a la oferta local.