vinetur

Italia pone en marcha las ayudas al enoturismo para atraer visitantes a viñedos y bodegas

Las regiones podrán financiar rutas, visitas, ferias y herramientas digitales ligadas al vino y al territorio

viernes 2 de octubre de 2026



Italia ha puesto en marcha la base normativa para conceder ayudas al enoturismo en la campaña 2026/2027. El Ministerio de Agricultura, Soberanía Alimentaria y Bosques firmó el pasado 18 de septiembre el decreto 483420 y AGEA publicó este jueves, 1 de

octubre, la circular que fija las reglas comunes para que las regiones y las provincias autónomas tramiten la medida.

La intervención nace con la reforma del paquete del vino de la Política Agraria Común. Su objetivo es impulsar la imagen de los viñedos italianos mediante acciones de promoción del enoturismo en las zonas de producción. El nuevo marco europeo, recogido en el Reglamento UE 2026/471, fue publicado el 26 de febrero y entró en vigor el 18 de marzo.

El Ministerio sitúa esta línea de apoyo dentro de la actualización de la OCM del vino, planteada para ayudar a un sector afectado por la bajada del consumo, la inestabilidad de los mercados internacionales y los efectos del cambio climático. Dentro de esa revisión, el enoturismo pasa a tener una vía propia de financiación, con la idea de favorecer la actividad económica y poner en valor a las comunidades rurales vinculadas al viñedo.

El decreto define dos grandes grupos de actuaciones financiables. Por un lado, las acciones promocionales y publicitarias orientadas a mostrar la calidad de los productos obtenidos en las regiones vitícolas, sus tradiciones y aspectos ligados a la seguridad alimentaria o al medio ambiente. Ahí entran campañas de promoción, recorridos recreativos entre viñas, visitas a bodegas y presentaciones de viñedos, instalaciones, equipos y métodos de producción. Por otro, se podrán apoyar eventos, ferias y exposiciones dirigidos a dar visibilidad al enoturismo en las regiones productoras y a reforzar la imagen de los viñedos italianos.

La circular de AGEA concreta después qué actividades podrán recibir financiación en las convocatorias regionales. Entre ellas figuran las propuestas de enocicloturismo vinculadas a los territorios del vino, las visitas guiadas y otras experiencias en viñedos y bodegas, las iniciativas didácticas y culturales, así como las acciones para poner en valor el paisaje y el patrimonio vitivinícola.

También entran en la medida las actividades de incoming, los viajes educativos y los press tours orientados a dar a conocer los territorios y sus producciones. A eso se suman las iniciativas B2B para promocionar la oferta de enoturismo con reuniones con turoperadores, agencias de viaje, operadores del turismo gastronómico y otros

intermediarios, siempre que estén dirigidas al conocimiento, la promoción y la comercialización de la oferta turística ligada al vino y no a la mera promoción comercial de las botellas.

Otro bloque de gasto subvencionable será el diseño y la ejecución de mapas, rutas e itinerarios de enoturismo, así como herramientas y plataformas digitales. AGEA incluye incluso sistemas de geolocalización para localizar y hacer accesibles viñedos, bodegas y otros puntos vinculados a estas actividades, además de informar sobre experiencias y eventos disponibles y facilitar la organización de las visitas.

La circular añade además actuaciones para poner en valor las Strade del vino reconocidas por la legislación italiana. Estas rutas podrán recibir apoyo a través de itinerarios, eventos, actividades informativas y soluciones digitales pensadas para facilitar una visita integrada a viñedos, bodegas y territorios vitivinícolas.

Podrán solicitar las ayudas, desde la campaña 2026/2027, las organizaciones profesionales representativas de la producción vitivinícola; las organizaciones de productores de vino y sus asociaciones; las organizaciones interprofesionales especializadas en este ámbito; los grupos de productores que gestionan denominaciones de origen protegidas e indicaciones geográficas protegidas, incluidos los consorcios de tutela autorizados; otras organizaciones de productores constituidas como consorcios, sociedades consorciales o cooperativas con experiencia acreditada en el vino; las organizaciones interprofesionales que tengan la forma de organismo de derecho público; y las asociaciones, temporales o permanentes, de organizaciones de productores vitivinícolas.

Los proyectos tendrán alcance regional. Si una misma iniciativa se desarrolla en dos o más regiones, el beneficiario deberá presentar una solicitud en cada una de ellas. AGEA precisa, no obstante, que las acciones informativas, publicitarias y promocionales podrán difundirse fuera de la región afectada por el proyecto, tanto en Italia como en otros países de la Unión Europea, siempre que su finalidad sea atraer visitantes hacia los viñedos, las bodegas y los territorios productores incluidos en esa propuesta.

En cuanto al calendario, el decreto fija como norma general que el plazo para presentar solicitudes cierre antes del 30 de octubre de cada año, con arreglo a los procedimientos que acuerden AGEA y las regiones. Para la anualidad 2026/2027 se ha establecido una excepción: las peticiones podrán presentarse hasta el próximo 15 de diciembre. La activación efectiva de esta intervención, en cualquier caso, dependerá de la decisión de cada región.

Para el negocio de las bebidas, la medida puede tener un efecto directo más allá de la promoción turística. El apoyo público a visitas, rutas, experiencias y herramientas digitales puede aumentar la llegada de viajeros a las bodegas, abrir más ventas directas y reforzar la imagen de origen de los vinos italianos. También puede favorecer a consorcios y operadores que trabajan con paquetes de visita, catas y comercialización ligada al territorio.

La iniciativa llega en un momento en el que muchas zonas vitícolas buscan nuevas vías de ingresos y una relación más estable con el consumidor. El esquema italiano no subvenciona la simple promoción comercial del producto, sino la construcción de una oferta de visita asociada al viñedo, al paisaje y a la cultura del vino, con participación de regiones, bodegas, consorcios y agentes turísticos.