vinetur

Prosecco Doc y Grana Padano se alían para reforzar las indicaciones geográficas en tres países

La iniciativa busca explicar en Alemania, Polonia y Dinamarca el origen certificado de ambos productos italianos

martes 6 de octubre de 2026



Los consorcios de Prosecco Doc y Grana Padano Dop anunciaron este martes, 6 de octubre, una campaña conjunta en Alemania, Polonia y Dinamarca para reforzar el conocimiento del sistema europeo de Indicaciones Geográficas y ganar presencia en esos tres mercados. El programa, titulado “Here’s to Eu - Momento Perfetto”, durará tres años, hasta abril de 2029, y cuenta con cofinanciación de la Unión Europea dentro del Reglamento (UE) 1144/2014.

La iniciativa reunirá actos dirigidos tanto al público general como a profesionales del sector. El objetivo, según trasladan ambas entidades, es explicar la autenticidad de sus productos, la calidad certificada y el vínculo con sus territorios de origen, dos elementos básicos en las denominaciones europeas protegidas.

Las Indicaciones Geográficas de la UE identifican alimentos y bebidas ligados a un lugar concreto y a normas de producción definidas. En este caso, Prosecco Doc y Grana Padano Dop quieren apoyarse en ese sistema para poner en valor el origen, el control del proceso y la trazabilidad, en un momento en el que buena parte de sus ventas se juega fuera de Italia.

Los datos de 2025 muestran el peso comercial de ambas denominaciones. El Consorzio Prosecco Doc cifra en 667 millones las botellas vendidas el pasado año, con un valor de consumo estimado en más de 3.600 millones de euros. A eso se suma una cuota de exportación superior al 82%, lo que sitúa a este vino espumoso entre los productos más presentes de la oferta italiana en el exterior.

En el caso de Grana Padano, el consorcio informa de una producción de más de 6 millones de piezas en 2025, un 7,43% más que en el ejercicio anterior. El valor de consumo estimado alcanza los 4.600 millones de euros y la cuota exportadora llega al 60%. La comparación de ambas cifras refleja que los dos productos parten de escalas comerciales muy altas, aunque con modelos de venta distintos por tipo de alimento, formato y canal de distribución.

Uno de los ejes del proyecto será la formación de futuros profesionales de la restauración. Entre 2026 y 2027 se celebrarán varias jornadas en escuelas de cocina y centros hoteleros de Alemania, Polonia y Dinamarca. Esas sesiones combinarán contenidos teóricos y actividades prácticas para que los alumnos conozcan mejor las dos producciones certificadas, las pautas de maridaje entre comida y vino y el valor de los sellos europeos Dop y Doc.

El presidente del Consorzio Prosecco Doc, Giancarlo Guidolin, afirma que la nueva colaboración con Grana Padano supone un paso estratégico para su territorio y para la proyección de ambas denominaciones en el mercado europeo. A su juicio, el concepto de “Momento Perfetto” debe servir para trasladar a consumidores y profesionales de los tres países el valor de unas producciones certificadas asociadas a autenticidad y convivencia en la mesa.

En la misma línea, el presidente del Consorzio Grana Padano, Renato Zaghini, sostiene que la unión entre dos productos de referencia del sector agroalimentario italiano permite presentar un patrimonio común basado en calidad, autenticidad, convivencia y bienestar.

El proyecto contará además con la participación directa de varias bodegas asociadas al consorcio del Prosecco, que promoverán sus etiquetas en los distintos mercados incluidos en la campaña. Entre ellas figuran Collis Heritage, Masottina, Serena Wines 1881, Val d’Oca, Villa Sandi, Viticoltori Ponte y Montelvini.