vinetur

Italia refuerza la promoción internacional del vino con nuevas campañas y simplificación administrativa

El sector vitivinícola busca impulsar el consumo y superar los retos de exportación con apoyo institucional y digitalización

lunes 2 de febrero de 2026



El presidente del sector vino de Confcooperative Fedagripesca, Luca Rigotti, ha mostrado satisfacción por las medidas anunciadas este lunes, 2 de febrero, durante la reunión del llamado “tavolo Vino”, convocada por el ministro italiano de Agricultura, Francesco Lollobrigida. En el encuentro se han presentado nuevas acciones para apoyar al sector vitivinícola italiano, tanto en el mercado nacional como en el internacional.

Entre las iniciativas presentadas figura el lanzamiento de una campaña de comunicación destinada a poner en valor el vino italiano. Esta campaña busca no solo impulsar su consumo, sino también reforzar la imagen del vino como parte fundamental de la cultura y la alimentación italianas. Además, se ha anunciado una inversión específica para la promoción en mercados exteriores, que será gestionada a través de la agencia pública ICE (Agencia Italiana para el Comercio Exterior).

Rigotti ha explicado que este nuevo enfoque pretende dejar atrás la visión del vino únicamente como un producto alcohólico y subrayar su papel dentro del paisaje y la tradición italianos. En el ámbito internacional, se ha puesto sobre la mesa la necesidad de ampliar los acuerdos de libre comercio y diversificar los mercados de destino. El objetivo es ofrecer a las empresas herramientas más eficaces para la promoción y la comunicación fuera de Italia.

A estas medidas se suman otras acciones orientadas a simplificar los procedimientos administrativos. Entre ellas, Rigotti ha mencionado las novedades introducidas en la OCM Promoción Vino en países terceros. Estas novedades incluyen una gestión digitalizada de las convocatorias y plazos más ágiles para acceder a los fondos disponibles, lo que facilita a las bodegas italianas participar en proyectos internacionales.

Según Rigotti, estos avances han sido posibles gracias a un trabajo conjunto entre el Ministerio y los diferentes actores de la cadena vitivinícola. El presidente ha señalado que los meses de diálogo entre instituciones, asociaciones sectoriales y empresas han permitido identificar soluciones concretas ante los problemas actuales del mercado del vino. Entre estos problemas figuran las incertidumbres derivadas de los aranceles estadounidenses al vino italiano, que siguen afectando a las exportaciones.

Rigotti también ha remarcado la importancia de que las empresas del sector trabajen de forma coordinada. Ha animado a desarrollar proyectos conjuntos con el apoyo de ICE y a fortalecer las marcas italianas en el exterior. Además, ha insistido en continuar promoviendo un consumo responsable del vino como parte esencial de su estrategia comercial y cultural.