Vino italiano, parte la campagna istituzionale: filiera unita per rilancio e tutela del settore

scritto da Redazione Wine Meridian | 3 Febbraio 2026



Le principali organizzazioni della filiera vitivinicola italiana hanno espresso soddisfazione per la nuova campagna di comunicazione istituzionale sul vino, presentata al Tavolo di filiera presso il Masaf. L'iniziativa, che partirà a metà febbraio, punta a valorizzare il consumo consapevole e l'identità culturale del vino italiano, affiancata da misure concrete per la promozione sui mercati esteri e nuovi fondi Pac.

Si è tenuto il 2 Febbraio al Ministero dell'Agricoltura, della Sovranità Alimentare e delle Foreste **l'incontro del Tavolo di**

Filiera presieduto dal Ministro Francesco Lollobrigida con le principali rappresentanze della filiera vitivinicola nazionale per illustrare la **nuova campagna di comunicazione istituzionale dedicata al comparto, che prenderà il via a partire da metà febbraio**.

Ampia soddisfazione è stata espressa dai rappresentanti della filiera per le misure annunciate a sostegno del settore. "**Per quello che abbiamo visto si tratta di una campagna molto bella e molto emozionante che rimette finalmente al centro il corretto consumo del vino**", ha dichiarato il presidente di Unione italiana vini (Uiv), **Lamberto Frescobaldi**. "Dobbiamo rilevare come in questi ultimi anni ci sia stato il massimo impegno da parte delle istituzioni per imprimere un cambio di passo al nostro settore, a cominciare dalla consapevolezza che il vino sia un fattore trainante del made in Italy".

La campagna istituzionale mira a consolidare il posizionamento del vino italiano non solo come eccellenza economica, ma come espressione dell'identità culturale e sociale del Paese, favorendo al contempo una corretta informazione e promuovendo un approccio al consumo fondato sulla conoscenza e sulla responsabilità. "**Questa campagna risponde all'esigenza di conferire il giusto rilievo a un patrimonio che è sintesi autentica di sapienza antica e visione contemporanea**", ha commentato **Piero Mastroberardino**, Vice Presidente di Federvini e Coordinatore del Tavolo della Filiera del Vino. "In un contesto globale segnato da analisi spesso parziali, è essenziale dare voce al modello di consumo italiano che esalta l'equilibrio e la convivialità, tratti distintivi della nostra cultura mediterranea".

Accanto alla campagna di comunicazione, il presidente del settore vino di Confcooperative Fedagripesca, **Luca Rigotti**, ha accolto positivamente anche "l'investimento per la promozione sui mercati esteri che sarà realizzata attraverso l'agenzia Ice. **È sicuramente apprezzabile il nuovo approccio e un modello di narrazione intorno al vino che punta a considerarlo**

non più solo come un prodotto alcolico, ma come parte essenziale della nostra cultura e dell'alimentazione, nonché come elemento imprescindibile del paesaggio italiano".

Tra le misure concrete annunciate nel corso del Tavolo, particolare rilievo assume l'obiettivo dichiarato dal Ministro Lollobrigida di **aumentare i budget legati al vino nella Pac post 2027**, da gestire attraverso l'istituzione di un fondo virtuale. A queste si aggiungono altri strumenti di semplificazione già introdotti, come le novità nella OCM Promozione Vino nei Paesi terzi per rendere l'accesso alle risorse più rapido, attraverso una gestione digitalizzata dei bandi e tempistiche anticipate rispetto al passato.

"Tutte le misure a sostegno del settore sono state ottenute in virtù di un'intesa e di un articolato lavoro condiviso all'interno della filiera con il Ministero", ha sottolineato Rigotti, evidenziando come "i mesi di dialogo costante tra istituzioni, associazioni di categoria e imprese abbiano consentito di individuare risposte concrete alle sfide del mercato vitivinicolo, su cui pesano ancora le incertezze legate all'applicazione dei dazi statunitensi sul vino e all'accordo Ue-Mercosur, per cui si auspica l'applicazione temporanea in vista della decisione della Corte di Giustizia Ue".

Le organizzazioni della filiera hanno rinnovato il proprio impegno a operare in sinergia, assicurando un'interlocuzione proattiva e costante con il Ministero e con le autorità competenti, per favorire la tutela e lo sviluppo dell'intero comparto, rafforzando i marchi del vino italiano nel mondo e continuando a promuoverne un consumo consapevole.

Punti chiave

1. **Campagna istituzionale sul vino in partenza da metà febbraio** per promuovere consumo consapevole e identità culturale italiana.
2. **Aumento dei budget Pac post 2027 per il settore vino** attraverso l’istituzione di un fondo virtuale dedicato.
3. **Investimenti Ice per mercati esteri con semplificazione dell’accesso alle risorse OCM e gestione digitalizzata dei bandi**.
4. **Filiera compatta e soddisfatta per il dialogo costante con il Ministero** che ha prodotto risposte concrete alle sfide.
5. **Preoccupazione per dazi USA e accordo Ue-Mercosur** che rappresentano ancora incertezze per l’export del vino italiano.