

FENAVIN Match impulsa las oportunidades del vino español en el mercado italiano

- **Italia consolida su posición como principal importador de vino español en volumen mientras crece la demanda de vinos sostenibles, ecológicos y con identidad territorial**

Ciudad Real, 30-05-2026.- FENAVIN Match, el nuevo instrumento de negocio del sector vitivinícola que se celebrará los días 2 y 3 de junio de 2026 en el IFEDI (Ciudad Real), refuerza las oportunidades comerciales del vino español en el mercado italiano, uno de los principales destinos europeos para las exportaciones nacionales. Italia se consolida actualmente como el primer importador de vino español en volumen y el segundo en valor, lo que refleja el creciente interés de consumidores y operadores italianos por la oferta vinícola española.

El delegado de FENAVIN Match en Italia, **Antonio Bruno**, destaca que “el vino español ha reforzado notablemente su posición en el mercado italiano en los últimos años”, situándose España como “el primer proveedor en volumen y el segundo en valor dentro de las importaciones italianas de vino”. En este contexto, subraya que FENAVIN Match “representa una plataforma estratégica de enorme relevancia para el mercado italiano”, al facilitar el contacto directo entre bodegas españolas e importadores, distribuidores y profesionales italianos.

Según explica Bruno, el consumidor italiano mantiene una fuerte vinculación con el origen, la autenticidad y la identidad territorial del vino. “El mercado italiano valora especialmente productos con personalidad, ligados a su territorio y elaborados bajo criterios de calidad y sostenibilidad”, señala. Por ello, FENAVIN Match se convierte en “un escaparate privilegiado para mostrar la diversidad y riqueza del panorama vitivinícola español”, además de favorecer el diálogo sobre cuestiones clave como la innovación, la sostenibilidad y la internacionalización del sector.

En cuanto a las tendencias de consumo, el mercado italiano mantiene una demanda sólida de vinos espumosos, blancos frescos y aromáticos y tintos equilibrados y elegantes. Paralelamente, crece de manera significativa el interés por los vinos ecológicos, naturales y veganos, especialmente entre los consumidores más jóvenes y en segmentos especializados como la restauración de calidad y las vinotecas premium.

“La sostenibilidad ambiental, la producción responsable y la transparencia en los procesos productivos son factores cada vez más determinantes en las decisiones de compra”, afirma el delegado de FENAVIN Match en Italia. En este sentido, los consumidores italianos muestran una creciente sensibilidad hacia aspectos como la trazabilidad, las certificaciones ecológicas y las prácticas de producción respetuosas con el medio ambiente.

Asimismo, Bruno destaca que el mercado italiano evoluciona hacia un consumo “más consciente y selectivo”, donde se prioriza la calidad frente a la cantidad. Esta transformación está favoreciendo especialmente a los vinos españoles elaborados bajo modelos de viticultura sostenible y mínima intervención, impulsados en gran medida por nuevas generaciones de bodegueros. “Los vinos ecológicos y naturales españoles están dejando de ser un nicho para convertirse en una propuesta cada vez más atractiva y competitiva para el consumidor italiano”, asegura.

Por otro lado, el segmento de vinos No-Lo (sin alcohol o de baja graduación alcohólica) todavía se encuentra en una fase inicial en Italia. Aunque existe curiosidad y una atención creciente desde la distribución, actualmente esta categoría se percibe más como una tendencia emergente que como un segmento consolidado de consumo.

En cuanto a los atributos más valorados por el consumidor final, continúan teniendo un peso determinante la calidad del producto, la reputación de la bodega, la tradición vinícola y la conexión entre la variedad de uva y el territorio de origen. Sin embargo, junto a estos factores clásicos, ganan protagonismo aspectos vinculados a la sostenibilidad, la naturalidad del vino y la ética en los procesos de elaboración.

Además, el actual contexto de incertidumbre económica e inestabilidad geopolítica también está condicionando las decisiones de compra. Aunque el consumidor italiano mantiene su interés por vinos de calidad, existe una mayor atención a la relación calidad-precio. En este escenario, los vinos españoles capaces de ofrecer autenticidad, calidad y valor añadido a precios competitivos son los que presentan mayores oportunidades de crecimiento en Italia.

FENAVIN Match continúa con la captación de compradores nacionales e internacionales con el objetivo de consolidar un espacio de negocio altamente especializado, eficiente y orientado a resultados. Las oportunidades comerciales se articulan mediante reuniones con un objetivo común: solo contactos, solo oportunidades, solo negocio.