vinetur

Las exportaciones de vino italiano frenan su caída en febrero

Estados Unidos sigue lastrando al sector pese a la mejora parcial en varios mercados europeos y asiáticos

lunes 18 de mayo de 2026



Las exportaciones de vino italiano cerraron febrero de 2026 con una caída del 13,3% en valor respecto al mismo periodo de 2025, hasta 1.000 millones de euros, según los datos de Istat analizados por WineNews. El retroceso sigue siendo claro, pero es menor que el registrado en enero, cuando el descenso fue del 18,7%. En el mes de febrero, la bajada se moderó al 8,2%, lo que apunta a una mejora parcial tras un inicio de año

muy débil.

En volumen, el sector también redujo la pérdida. El acumulado del primer bimestre se situó en 158 millones de hectolitros, un 3,2% menos que en el mismo tramo de 2025. En enero, la caída había sido del 13,3%, por lo que febrero permitió recuperar parte del terreno perdido. La evolución no cambia la tendencia negativa del arranque de año, pero sí suaviza el golpe sobre las cifras físicas.

Estados Unidos siguió siendo el principal mercado para el vino italiano. Las ventas al país norteamericano sumaron 243,4 millones de euros en el primer bimestre, con una bajada del 27,48% frente a 2025. En enero, el descenso era del 35,2%, así que febrero dejó una mejora parcial. En volumen, las exportaciones a ese mercado alcanzaron 27,3 millones de hectolitros, un 11,5% menos.

Alemania mantuvo su papel como primer destino europeo y segundo gran mercado para Italia. Las ventas llegaron a 162,7 millones de euros, con un recorte del 9,1% sobre el mismo periodo del año anterior. También aquí hubo una recuperación respecto a enero, cuando la caída era del 15,1%. Reino Unido ocupó el siguiente puesto entre los principales compradores, con 93,4 millones de euros y un descenso del 12,9%. Canadá registró 60,78 millones y una bajada más leve, del 2,5%.

Entre los demás mercados europeos analizados por WineNews a partir de Istat, Suiza cerró febrero con 50,5 millones de euros y un retroceso del 15,3%. Francia quedó en 39,1 millones y cayó un 4,1%. Países Bajos sumó 34,27 millones y bajó un 8,6%, mientras que Bélgica se situó en 29,6 millones y perdió un 17,5%.

Fuera de Europa occidental, Japón redujo sus compras hasta 24,5 millones de euros, un 8,3% menos. Rusia avanzó hasta 29,1 millones y subió un 45,2%, mientras que China llegó a 10,6 millones y creció un 13,6%. Ambos mercados habían dado señales de mejora en enero y mantuvieron esa línea en febrero.

La lectura que deja este arranque de año es la de un sector que sigue bajo presión por la caída en Estados Unidos y por la debilidad general de varios mercados maduros. Al mismo tiempo, algunos destinos asiáticos y Rusia muestran una evolución mejor que la del inicio del ejercicio. Entre las causas que pesan sobre las ventas figuran las tensiones comerciales internacionales y los cambios en los hábitos de consumo.