vinetur

El vino italiano gana terreno en 13 mercados emergentes

Las exportaciones superan los 400 millones de euros en 2025, mientras las bodegas buscan alternativas a la caída en destinos tradicionales

miércoles 20 de mayo de 2026



Las exportaciones de vino italiano a 13 mercados emergentes superaron los 400 millones de euros en 2025, con un aumento del 4,3% respecto a 2024, según el nuevo informe Wine Monitor de Nomisma. El estudio analiza Angola, Bulgaria, Colombia, Costa de Marfil, India, Kazajistán, Marruecos, México, Perú, Polonia, República Checa,

Rumanía y Tailandia.

Nomisma sitúa este avance en un escenario marcado por guerras, menor consumo y aranceles en Estados Unidos, que siguen siendo el principal destino del vino italiano. La consultora señala que las bodegas italianas miran con más atención a otros mercados para compensar la caída de ventas en algunas zonas tradicionales.

El informe añade que en los últimos cinco años las importaciones mundiales de vino han aumentado un 7,1% anual y han alcanzado un valor de 1.700 millones de euros, un 5,1% más que en 2024. Ese grupo de mercados representa cerca del 5% del total mundial.

Denis Pantini, responsable de Wine Monitor en Nomisma, afirmó que para compensar la bajada de las exportaciones es necesario buscar nuevos destinos y dejar atrás reservas y estereotipos que condicionan la internacionalización de los productores italianos. También señaló la necesidad de identificar los mercados con mayor potencial de desarrollo y seguir los cambios en el consumo y en la demanda para construir una estrategia estable a largo plazo.

Entre los factores que impulsan las ventas en algunos países figura la red de restaurantes italianos y la presencia de operadores con una oferta de nivel medio-alto. Según el informe, Polonia lidera las importaciones en valor y volumen entre estos mercados emergentes, seguida por República Checa, México y Rumanía.

Por tipo de producto, la categoría más exportada sigue siendo la de vinos tranquilos y frizzantes embotellados, que representan el 58% del valor total del vino italiano vendido al exterior. Esa cuota ha bajado tres puntos desde 2019. En ese mismo periodo, los espumosos han pasado del 32% al 37%, lo que refleja un cambio en la composición de la oferta italiana en estos destinos.