vinetur

Las bodegas italianas giran hacia el vino sin alcohol ante la caída del consumo

El sector acelera la venta directa y busca crecer en Asia, América Latina y África

martes 26 de mayo de 2026



Las bodegas italianas han empezado a mover ficha ante la caída del consumo de vino en su mercado interno y en varios países europeos. Un informe de Mediobanca, elaborado a partir de 255 empresas del sector, señala que el 66% prevé una bajada de

la demanda y que la respuesta pasa por cambiar parte de su oferta, reforzar la venta directa y buscar más negocio fuera de los mercados tradicionales.

El estudio recoge que muchas bodegas están orientando sus inversiones hacia vinos más ligeros y productos sin alcohol o con menos graduación. La idea es adaptarse a un consumidor que bebe menos, compra con más cuidado y pide referencias distintas a las de hace unos años. En paralelo, las empresas están poniendo más recursos en canales digitales y en herramientas para vender sin intermediarios.

La expansión comercial también se dirige a países donde el vino italiano tiene margen para crecer. Entre las prioridades figuran mercados emergentes de Asia, América Latina y África, además de algunos destinos ya consolidados pero con espacio para ampliar cuota. Las bodegas buscan así compensar la debilidad del consumo en Italia y en parte de Europa occidental.

Mediobanca apunta además que el sector está revisando sus planes de inversión para ajustar producción, distribución y comunicación. El informe refleja una industria que intenta proteger márgenes en un momento de menor demanda y mayor presión sobre los precios. En ese escenario, las empresas dan más peso a la venta directa al consumidor, al comercio electrónico y a productos pensados para nuevos hábitos de consumo.