vinetur

Italia se refugia en los mercados emergentes para sostener su negocio del vino

Polonia, República Checa y México impulsan unas exportaciones que crecen un 4,3% en 2025

jueves 4 de junio de 2026



Los productores de vino italianos están reforzando su presencia en nuevos mercados fuera de sus destinos tradicionales. Un informe de Nomisma Wine Monitor, difundido el pasado 20 de mayo, sitúa en 405,6 millones de euros el valor de las exportaciones

italianas de vino a 13 mercados emergentes durante 2025, un 4,3% más que en 2024. El estudio analiza países de Europa del Este, África, Asia y América Latina y apunta a Polonia, República Checa y México como los principales motores de la demanda.

El informe llega en un momento marcado por la incertidumbre geopolítica, la bajada del consumo en varios mercados maduros y el efecto de los aranceles sobre las ventas a Estados Unidos, que sigue siendo el primer destino del vino italiano. Ante esa situación, muchas bodegas han empezado a buscar salidas comerciales en países con menor tradición importadora, pero con una evolución favorable en renta, urbanización y consumo.

Nomisma Wine Monitor identifica 13 mercados con una evolución al alza en las compras de vino durante los últimos cinco años: Angola, Bulgaria, Colombia, Costa de Marfil, India, Kazajistán, Marruecos, México, Perú, Polonia, República Checa, Rumanía y Tailandia. En conjunto, estos países importaron vino por valor de 1.700 millones de euros en 2025, un 5,1% más que el año anterior. Entre 2019 y 2025, el avance medio anual fue del 7,1%.

Aunque estos 13 destinos representan cerca del 5% del valor total del vino importado en el mundo, el informe considera que su peso merece atención por su perfil económico. Se trata de países en desarrollo que parten de niveles de renta y consumo inferiores a los de los mercados más avanzados, pero que están ampliando su capacidad de compra y su apertura a productos importados. En ese proceso, el vino gana espacio como producto de mayor valor añadido.

En el caso italiano, la evolución ha sido más rápida que la media del mercado. Desde 2019 hasta 2025, las ventas a esos 13 países han mantenido una línea ascendente y han alcanzado los 405,6 millones de euros. El crecimiento medio anual en ese periodo fue del 11,4%, por encima del ritmo registrado por las importaciones totales de vino en esos mismos destinos.

Los datos muestran además una expansión bastante repartida tanto en valor como en volumen. Polonia ocupa el primer puesto entre los compradores de vino italiano dentro del grupo analizado. Después aparecen República Checa, México y Rumanía. De los 13 países estudiados, solo Angola presenta una evolución negativa en el periodo

observado.

El informe atribuye parte de ese avance al mejor conocimiento del producto italiano y también al papel de la restauración italiana y de operadores centrados en una oferta media y media-alta. Esa red comercial ayuda a introducir referencias conocidas y a consolidar categorías con mayor margen.

Por tipos de producto, la categoría con más peso sigue siendo la de vinos tranquilos y frizzantes embotellados, que representa el 58% del valor exportado por Italia a estos mercados emergentes. Aun así, su cuota ha bajado frente al 61% registrado en 2019. Ese espacio lo han ganado los espumosos, que han pasado del 32% al 37% del total en seis años.

Dentro de los vinos tranquilos y frizzantes embotellados, Tailandia registra la mayor subida entre 2019 y 2025. Después figuran Angola y Rumanía. En espumosos, Marruecos encabeza el aumento de las compras desde Italia, seguido por Colombia y Tailandia.

El informe también entra en el detalle por denominaciones y zonas productoras. En los vinos con denominación, Prosecco ocupa una posición preferente en Europa del Este. Según Nomisma Wine Monitor, sus exportaciones hacia el conjunto de estos 13 mercados no presentan caídas ni a medio ni a corto plazo, ni en valor ni en volumen. El crecimiento acumulado desde 2019 supera el 100% en todos los casos analizados.

Asti encuentra sus principales destinos emergentes en Polonia, México y Perú. En este segmento, Rumanía es el país donde más aumentó el valor exportado entre 2019 y 2025. En cambio, África e India siguen teniendo un peso reducido para este espumoso.

Los blancos DOP del Véneto encuentran sus mejores opciones comerciales en Europa del Este. Polonia, República Checa y Bulgaria impulsan las ventas dentro del grupo estudiado. En los tintos DOP de Toscana aparece Tailandia como uno de los mercados con mejor evolución: ya es el tercer destino emergente más importante para esta categoría y ha duplicado sus compras entre 2019 y 2025.

En los tintos DOP del Piamonte, República Checa, Polonia y México concentran buena parte de la demanda. El caso checo llama la atención porque sus importaciones superan ya los tres millones de euros y duplican el valor registrado hace cinco años.

También los blancos DOP sicilianos muestran una evolución favorable tanto a corto como a largo plazo. Polonia, República Checa y Bulgaria figuran entre sus principales socios comerciales dentro del grupo analizado. Para los tintos DOP sicilianos, los mercados con más peso son Polonia, República Checa, México y Tailandia, todos ellos con aumentos claros en sus compras.

Denis Pantini, responsable de Wine Monitor en Nomisma, señala en el informe que la caída del consumo en mercados consolidados obliga a localizar nuevas salidas comerciales y a revisar algunas reservas que todavía condicionan la internacionalización de parte del sector italiano. A su juicio, resulta fundamental identificar países con mayor potencial de desarrollo, seguir los cambios en las preferencias del consumidor y construir estrategias estables a largo plazo.

La lectura empresarial del estudio es clara: Italia busca diversificar riesgos ante la menor tracción de algunos destinos tradicionales y ante un escenario comercial menos previsible. Para las bodegas italianas, estos mercados ofrecen volumen todavía limitado si se comparan con plazas maduras como Estados Unidos o Alemania, pero abren una vía para repartir mejor las ventas exteriores y apoyar categorías como espumosos o vinos con denominación.

La información también tiene interés para operadores españoles del vino y para distribuidores europeos que trabajan con carteras internacionales. La evolución de Polonia, República Checa o México confirma que parte del crecimiento futuro puede llegar desde países donde el consumo per cápita aún está lejos del nivel de Europa occidental pero donde aumenta la presencia del vino importado en hostelería, distribución moderna y canales especializados.

Nomisma sostiene que el seguimiento continuo de estos mercados será básico para orientar las decisiones comerciales del sector vitivinícola italiano. El objetivo pasa por conocer mejor cómo cambia la demanda y qué categorías tienen más recorrido en cada país antes de invertir en promoción o ampliar red comercial.