vinetur

Italia afronta una montaña de vino tras el desplome del consumo mundial

Las bodegas acumulan 55,9 millones de hectolitros y buscan salida en vinos sin alcohol, premium y enoturismo

lunes 6 de abril de 2026

El vino italiano atraviesa una fase de exceso de existencias y menor consumo, según los datos recogidos en el informe “Beverage 2030? Premium, sostenible, low alcohol”, citado por MonitorImmobiliare. A 31 de marzo de 2026, las bodegas del país acumulaban 55,9 millones de hectolitros, una cifra que supera una vendimia completa y que refleja el desequilibrio entre la oferta y la demanda.

Italia mantiene su posición como primer productor mundial, con 47,3 millones de hectolitros elaborados en 2025, por delante de Francia, con 35,9 millones, y España, con 29,4 millones, de acuerdo con cifras de la OIV. Sin embargo, ese liderazgo productivo coincide con un mercado más débil. El consumo mundial de vino cayó en 2024 hasta unos 214 millones de hectolitros, el nivel más bajo desde la década de 1960.

La caída también se aprecia en el mercado interior italiano. El consumo doméstico se sitúa en 22,3 millones de hectolitros y el 54,7% de la población declara beber vino, según ISTAT. Al mismo tiempo, las exportaciones siguen siendo una pieza básica para el sector. En 2024 alcanzaron 8,1 millones de euros y 21,7 millones de hectolitros. En 2025 bajaron hasta unos 7,78 millones de euros, según ISTAT y Unione Italiana Vini. La corrección llega en un momento en el que varios mercados clave muestran menos dinamismo.

Estados Unidos, principal destino exterior del vino italiano, ha reducido sus volúmenes cerca de un 20% en cuatro años. Además, los aranceles provocaron una caída del 12% en valor en 2025 y del 34% frente a los niveles previos a los gravámenes aplicados en 2024, según Federvini. Pese a ello, el comportamiento italiano ha sido menos negativo que el de otros grandes productores como Francia, España o Chile.

El informe apunta a un cambio en la forma de consumir bebidas alcohólicas. Casi la mitad de los consumidores en los principales mercados ha reducido su ingesta de alcohol en los últimos cinco años y el volumen total del mercado mundial de bebidas alcohólicas retrocedió un 1% en el último ejercicio. Aun así, el valor total del negocio sigue siendo elevado: se situó en 1,83 billones de dólares en 2025 y podría llegar a 2,2 billones en 2030.

En ese escenario ganan peso dos vías para compensar parte del retroceso del vino tradicional: las bebidas sin alcohol o con baja graduación y el enoturismo. El segmento no y low alcohol podría aumentar un 36% entre 2024 y 2029, según IWSR. En el caso concreto de los vinos desalcoholizados, el mercado estaba valorado en unos 2.500 millones de dólares en 2025 y las previsiones lo sitúan por encima de 5.200 millones en 2033.

Italia ya se está moviendo hacia esa categoría, aunque casi toda la producción tiene como destino el exterior. El informe calcula que la elaboración italiana de este tipo de vinos aumentará un 90% en 2026 y que el 91% se dirigirá a exportación. El mercado interno sigue siendo pequeño: el 94% de quienes no consumen alcohol no compró productos no alcohol en los seis meses anteriores al estudio y entre los jóvenes esa proporción sube al 98%. Además, el 71% de los restaurantes italianos no tiene interés en incluir vinos desalcoholizados en su carta.

La apertura regulatoria puede facilitar nuevas inversiones. El decreto aprobado en Italia en 2025 permite producir vinos desalcoholizados dentro del país, algo que antes obligaba a muchas bodegas a recurrir a instalaciones fuera de sus fronteras. La desalcoholización industrial se apoya en técnicas como la destilación al vacío, la ósmosis inversa o la spinning cone column para retirar el alcohol sin eliminar por completo las propiedades sensoriales del producto.

Junto a esa línea aparece el tirón del vino premium y del origen como elementos comerciales. Italia cuenta con más de 500 denominaciones entre DOC, DOCG e IGT repartidas por sus veinte regiones. El informe señala que las nuevas generaciones prestan más atención al origen del producto, la trazabilidad y la relación con el territorio. Esa preferencia ayuda a sostener el valor medio por botella incluso cuando los volúmenes bajan.

Otra palanca es el enoturismo. En Italia mueve unos 3.000 millones de euros al año y atrae a unos 15 millones de visitantes a bodegas. Las empresas mejor organizadas registran un aumento del 16,8% en visitas y del 21% en ventas directas después del paso por bodega, según Wine Suite. Para muchas zonas productoras, esta actividad se ha convertido en una fuente adicional de ingresos y visibilidad comercial.

El informe también sitúa al vino dentro del conjunto del negocio italiano de bebidas, que supera los 45.000 millones de euros si se suman vino, cerveza, espirituosos y refrescos, según Federalimentare. La cerveza nacional alcanzó unos 17,4 millones de hectolitros en 2023 y cuenta con unas 850 cerveceras artesanales activas. En paralelo, las cervezas low y no alcohol subieron un 13,4% en 2024.

En espirituosos se observa una evolución más estable. Los destilados y aguardientes representan el 41% del mercado italiano y avanzaron un 1% en valor. Los aperitivos alcohólicos crecieron un 4,3%, mientras que categorías tradicionales como licores dulces y amargos bajaron un 3,7% y un 1%, respectivamente. Las ventas conjuntas de espirituosos y vinagres llegaron a 902 millones de euros, con una leve caída del -0,3%. En exportación superaron los 1.700 millones de euros en 2024.

A medio plazo, las bodegas italianas miran también a nuevos mercados exteriores. Desde el pasado 1 de mayo está en vigor el acuerdo entre la Unión Europea y Mercosur, que abre acceso a un área con unos 260 millones de consumidores potenciales y donde las importaciones de vino han aumentado un 45% en cinco años. A ello se suma el acuerdo con India, que reduce los aranceles desde el 150% hasta una horquilla del20%-30%. En ese mercado, el prosecco ya había registrado un aumento del165% en exportación durante el último quinquenio.

La combinación de existencias elevadas, menor consumo y presión sobre algunos destinos exteriores obliga al sector italiano a ajustar su estrategia comercial. El informe plantea una reordenación industrial basada en más valor por botella, mayor presencia internacional en categorías nuevas y una oferta ligada al territorio para tratar de absorber parte del excedente acumulado en bodega.