vinetur

El año 2026 se convierte en la prueba de fuego para un sector vinícola italiano en crisis profunda

Mediobanca alerta de un mercado más rígido y polarizado tras la caída del consumo y las exportaciones

lunes 8 de junio de 2026



El informe anual de Mediobanca sobre el sector vinícola italiano dibuja un 2025 de menor demanda, menos exportaciones y márgenes más estrechos para las principales bodegas del país. El estudio, elaborado por el área de análisis de la entidad con la

aportación de la Fundación Qualivita y difundido el pasado 7 de junio, analiza 255 sociedades con una facturación superior a 20 millones de euros y unas ventas agregadas de 12.000 millones. Su conclusión es clara: el mercado se ha vuelto más rígido, más selectivo y más polarizado.

Las ventas del conjunto de empresas estudiadas bajaron un 2,8% en 2025 respecto al año anterior. La caída vino sobre todo del exterior, con un retroceso del 3,4% en las exportaciones, mientras que el mercado interno limitó el descenso al 2,2%. Las compañías de menor tamaño dentro de la muestra, con ingresos por debajo de 30 millones de euros, fueron las que peor resultado registraron, con una bajada media del 3,5%.

El informe recoge además un cambio de fondo en el consumo dentro de Italia. El consumo per cápita pasó de 38 litros por persona en 2022 a 35,6 litros en 2025, lo que supone una caída del 9,4% en tres años. Ocho de cada diez productores consultados afirman haber percibido una reducción clara de la demanda interna y cerca de dos tercios creen que esa tendencia seguirá en el medio plazo.

Ese ajuste en los volúmenes ha tenido un efecto directo sobre la rentabilidad. Aunque los ingresos bajaron menos de tres puntos, los márgenes sufrieron más. El ebitda cayó un 4,2%, el ebit retrocedió un 9,5% y el beneficio neto se redujo un 7,5%. Mediobanca atribuye esa diferencia a una estructura de gastos poco flexible, sobre todo en las empresas con mayor intensidad de capital, cuyas ventas cedieron un 3,7%.

La advertencia coincide con la posición expresada por el presidente de Unione Italiana Vini, Lamberto Frescobaldi. Según recoge el informe, el sector necesita una gestión más racional y más profesionalizada para adaptarse al descenso estructural del consumo y a la presión exterior. Entre las medidas planteadas figura limitar la producción mediante una reducción de rendimientos para proteger el valor del producto y evitar excedentes en un momento de tensión en los precios del vino a granel.

En los mercados exteriores, Estados Unidos fue el destino con peor evolución entre los grandes compradores. Las exportaciones italianas hacia ese país bajaron un 6,3% en 2025. En la Unión Europea el descenso fue del 2,8%, mientras que Reino Unido contuvo

mejor la pérdida, con un retroceso del 0,7%. El estudio recuerda que Estados Unidos sigue siendo una plaza básica para el vino italiano en Norteamérica.

La debilidad también se trasladó a los canales de venta. El canal horeca redujo su valor un 2% y mantuvo una cuota del 17,2%. Las tiendas especializadas y los wine bars registraron una caída mayor, del 5,1%, mientras que la venta directa cedió un 1%. Tampoco funcionó mejor el comercio digital: las webs propias de las bodegas bajaron un 2,4% y las plataformas externas de comercio electrónico retrocedieron un 3,6%.

Por categorías, los espumosos resistieron mejor que los vinos tranquilos. Los primeros bajaron un 1,5%, frente al 3,3% de los segundos. También hubo diferencias por precio. El tramo intermedio fue el más afectado, con una caída del 3,1%. Los vinos básicos retrocedieron un 2,7% y los vinos premium limitaron la bajada al 2,2%, lo que apunta a una mayor capacidad de aguante en las referencias con marca fuerte y posicionamiento alto.

En el mapa territorial se mantiene el peso del Véneto como primera región vinícola italiana. Concentra una cuarta parte del volumen producido y más del 35% del valor nacional, además de superar también el 35% del total exportado. Por valor le siguen Emilia-Romaña, con el 8,8%, y Piamonte, con el 7,6%. Apulia presenta una diferencia amplia entre volumen y valor: aporta el 15,2% del volumen y el 7,4% del valor. Aun así, obtuvo la mejor rentabilidad sobre recursos propios del país, con un ROE del 7,1%. Toscana encabezó el margen ebit con un 15,5%, mientras que Abruzos registró el mejor ROI, con un 8,1%.

Entre los grupos con mayor facturación en 2025 figura en primer lugar Cantine Riunite-GIV, con 635,1 millones de euros. Le siguen Argea, con 462,9 millones; Italian Wine Brands, con 395,9 millones; y Caviro, con 351,3 millones. En perfil exportador sobresalen Fantini Group, con un peso exterior del 95,7%, y Argea, con un 93,8%.

Pese al deterioro del ejercicio pasado, siete de cada diez empresas siguen considerando atractivo este negocio. La respuesta empresarial pasa por diversificar la oferta, abrir nuevos mercados y reforzar las acciones comerciales. El 72% de las compañías sitúa esa diversificación como su principal palanca de crecimiento y el 64% apuesta por buscar nuevos destinos para sus ventas.

Las inversiones avanzaron un 3,5% en 2025 respecto a 2024. La mayor parte se dirigió a la bodega, presente en el 90% de los casos analizados. También ganaron peso los planes de eficiencia energética, citados por el 77%, y la incorporación de nuevas tecnologías digitales e industriales, mencionada por el 57%. En cambio, el presupuesto publicitario bajó un 5,4%.

Otro apoyo para el sector sigue siendo la economía ligada a las denominaciones. Los vinos DOP e IGP representan ya el 79% del valor total del vino italiano y suman 522 denominaciones. Entre 2022 y 2025 se aprobaron más de 440 cambios en los pliegos de producción para adaptar la oferta a nuevas exigencias ambientales y comerciales.

De cara a este año, el informe recoge una expectativa moderadamente favorable. El 58% de los mayores productores prevé volver al crecimiento durante 2026. La mejora esperada se apoya en menos fragmentación empresarial, más eficiencia en la gestión y una oferta más diversificada en un mercado que premia cada vez más la escala, la marca y la capacidad financiera.