vinetur

Australia moviliza 3,9 millones para blindar sus exportaciones de vino

El plan busca sostener ventas en China, Estados Unidos y Reino Unido ante aranceles, sobreoferta y cambios de consumo

lunes 8 de junio de 2026



El Gobierno de Australia Meridional anunció este lunes, 21 de julio, un programa de 3,9 millones de dólares australianos para apoyar durante dos años a las bodegas exportadoras del Estado. La medida, presentada antes del lanzamiento de la estrategia

comercial y de inversión hasta 2030, busca reforzar las ventas exteriores del vino en un momento marcado por aranceles, exceso de oferta y cambios en la demanda en varios mercados.

La iniciativa lleva por nombre Global Wine Growth Program y será diseñada junto con el sector vitivinícola local. Según explicó el Ejecutivo regional, el plan se centrará en resultados comerciales y en mejorar la presencia de los vinos de Australia Meridional en mercados ya consolidados, como China, Estados Unidos y Reino Unido, además de otros países del Sudeste Asiático.

El anuncio llega en una fase delicada para el negocio del vino. El propio Gobierno regional admite que persisten problemas en el comercio internacional que afectan a las empresas exportadoras. Entre ellos figuran la volatilidad comercial, los aranceles y una oferta de vino por encima de la demanda en distintos destinos. A eso se suman cambios en las preferencias de consumo, un factor que también presiona a productores y distribuidores.

Australia Meridional tiene un peso central en el vino australiano. En el año cerrado en marzo de 2025, sus exportaciones superaron los 1.900 millones de dólares australianos y representaron más de dos tercios del total nacional. El Estado reúne más de 700 bodegas repartidas en 18 regiones vitivinícolas y produce el 80% del vino premium del país, según los datos difundidos por el Gobierno regional. También concentra el 70% de la capacidad australiana de investigación sobre vino y uva.

La nueva partida amplía otras líneas de apoyo puestas en marcha tras la reapertura del mercado chino al vino australiano. En marzo de 2024, el Ejecutivo regional lanzó un programa específico de reentrada en China dotado con 1,85 millones de dólares australianos. De acuerdo con la información oficial, esa ayuda permitió recuperar en un año el 90% del máximo histórico de exportaciones a ese destino.

El nuevo fondo forma parte, además, de una asignación adicional de 5 millones de dólares australianos incluida en los presupuestos estatales del pasado mes para ayudar a industrias y empresas afectadas por el momento comercial internacional y por los aranceles. Junto al impulso exterior, el Gobierno mantiene otra línea para estimular el consumo interno mediante Brand SA, la agencia encargada de la marca territorial del

Estado, que recibe 1 millón de dólares australianos al año.

El ministro de Comercio e Inversión, Joe Szakacs, señaló que el objetivo es ayudar al sector a adaptarse a los cambios del mercado y mejorar su conexión con compradores internacionales. En sus declaraciones oficiales, defendió que las ayudas anteriores han permitido elevar las exportaciones hasta niveles próximos a los récords previos y afirmó que esta nueva fase pretende aprovechar esa recuperación.

Desde la industria, la reacción fue favorable. Matthew McCulloch, director gerente de Langmeil Winery y miembro del consejo de la South Australian Wine Industry Association, valoró la inversión pública como una herramienta para impulsar la demanda en mercados exteriores clave. Al mismo tiempo, advirtió de que las condiciones siguen siendo duras por la combinación de cambios en el consumo, exceso de vino disponible y un comercio internacional inestable.

La presentación del programa coincide con una cita relevante para el sector. Adelaide acoge del próximo 20 al 23 de julio la 19ª Conferencia Técnica de la Industria Australiana del Vino, un encuentro en el que productores, técnicos y empresas analizan los problemas y las oportunidades del negocio. El Gobierno regional ha querido situar su anuncio antes de esa reunión y también antes del lanzamiento oficial, previsto para este miércoles, 23 de julio, de su estrategia comercial y de inversión hasta 2030.

La decisión ofrece una señal clara sobre cómo una gran región productora intenta proteger su posición exterior tras varios años marcados por tensiones comerciales. Para los mercados del vino, el movimiento tiene interés porque combina apoyo público directo, prioridad para destinos maduros como China, Estados Unidos y Reino Unido, y apertura a plazas asiáticas con margen para ganar cuota. También muestra que la recuperación parcial del mercado chino no ha eliminado los problemas estructurales que pesan sobre muchas bodegas exportadoras.

En términos económicos, Australia Meridional busca asegurar ingresos exteriores en una industria que sigue siendo una de las principales actividades exportadoras del Estado. Para las bodegas, el alcance real del programa dependerá ahora del diseño final junto al sector y del tipo de acciones comerciales que se financien durante los próximos dos años.