vinetur

El vino italiano frena su desplome exterior tras un arranque de año complicado

Las exportaciones recortan la caída al 8,2% hasta marzo pese al lastre de Estados Unidos

jueves 11 de junio de 2026



Las exportaciones de vino italiano dieron señales de mejora en el primer trimestre de 2026, aunque siguen por debajo de las cifras del mismo periodo del año anterior. Según los datos de Istat difundidos este jueves, 11 de junio, y revisados por WineNews,

las ventas al exterior entre enero y marzo sumaron 1.700 millones de euros, un 8,2% menos que en el primer trimestre de 2025.

La evolución supone una corrección parcial tras el mal arranque del año. En enero de 2026, la caída en valor era del 18,7%, y en el acumulado de enero y febrero se situaba en el 13,3%. El dato hasta marzo reduce esa distancia y apunta a una recuperación gradual, aunque todavía insuficiente para volver a los niveles previos.

En volumen, las exportaciones alcanzaron 472,8 millones de litros, con un descenso del 4% respecto al primer trimestre de 2025. La bajada es algo mayor que la registrada hasta febrero, cuando era del 3,2%, pero el comportamiento general del trimestre muestra una mejora en varios mercados clave para el vino italiano.

Estados Unidos, primer destino exterior para este producto, sigue en negativo, pero con una pérdida menor que en los primeros meses del año. Entre enero y marzo, las ventas sumaron 407,9 millones de euros, un 20,5% menos que un año antes. Aun así, la comparación mejora frente a enero, cuando el retroceso era del 35,2%, y frente a febrero, cuando se situaba en el 27,5%.

Solo en marzo de 2026, la caída interanual en Estados Unidos fue de unos 13 millones de euros, una cifra más contenida que la observada en las mediciones anteriores. En volumen, el mercado estadounidense absorbió 81,6 millones de litros de vino italiano en el trimestre, un 8,4% menos que un año antes. También aquí se aprecia una corrección respecto al 11,5% negativo de febrero y al 19,3% de enero.

Alemania se mantuvo como principal mercado europeo para Italia. Las exportaciones alcanzaron 263,3 millones de euros entre enero y marzo, con una bajada del 4,5%. El dato mejora frente al descenso del 9,1% registrado hasta febrero. Reino Unido también redujo parte del terreno perdido: cerró el trimestre con 154,2 millones de euros y una caída del 8,3%, mejor que el 12,9% anotado en el acumulado hasta febrero.

Canadá fue uno de los pocos grandes destinos que entró en terreno positivo. Las ventas llegaron a 94,8 millones de euros, un 0,3% más que en el mismo periodo de 2025. Suiza registró 86,4 millones de euros, con un descenso del 9,6%. Francia avanzó hasta los 67,5 millones y logró un aumento del 4,3%. Países Bajos rozó los 56 millones

de euros, con una bajada del 4,7%.

En Bélgica, las exportaciones italianas sumaron 48,9 millones de euros. El mercado sigue por debajo del nivel del año pasado, con un recorte del 10%, aunque mejora más de siete puntos porcentuales respecto al dato acumulado hasta febrero.

Rusia fue uno de los destinos con mayor subida. Las ventas alcanzaron 45,2 millones de euros en el trimestre, un 46,5% más que un año antes. Con ello superó a Suecia, que quedó en 45 millones de euros y retrocedió un 7,3%. Japón se situó en 37,8 millones de euros, con una caída del 5,3%, aunque también mejoró frente al descenso del 8,3% observado hasta febrero.

China siguió mostrando una evolución positiva dentro de niveles todavía modestos para su tamaño potencial. Entre enero y marzo importó vino italiano por valor de 19 millones de euros, un 17% más que en el mismo periodo del año anterior. Brasil también avanzó hasta los 9,3 millones de euros, con una subida del 11,8%. Australia cerró el trimestre con 13,4 millones y una caída del 20%.

Los datos reflejan que la recuperación no es uniforme ni suficiente para borrar el mal inicio de ejercicio. También muestran que la mejora se ha extendido a buena parte de los principales compradores internacionales del vino italiano durante marzo. Para el sector de bebidas alcohólicas en Europa, esta evolución puede servir como señal sobre el pulso del consumo exterior y sobre la capacidad de reacción de las bodegas ante cambios en la demanda y en los mercados internacionales.

El balance trimestral llega además después de un año anterior complicado para las ventas exteriores italianas y tras la comparación con un 2024 muy fuerte. Esa base explica parte del retroceso actual. Aun así, la reducción paulatina de las caídas entre enero y marzo abre una etapa algo más favorable para los próximos meses si se mantiene la mejora vista en Estados Unidos y en otros destinos principales.