vinetur

Italia afianza su potencia agroalimentaria con exportaciones récord de 59.300 millones de euros

Europa impulsa el avance del 5,1% mientras Estados Unidos retrocede un 4,5% por los aranceles

lunes 22 de junio de 2026



Las exportaciones agroalimentarias de Italia alcanzaron en 2025 los 59.300 millones de euros, un 5,1% más que el año anterior, y mantuvieron al país en la sexta posición mundial del sector, con una cuota del 4,6% del comercio internacional, de acuerdo con datos del Observatorio Nomisma para Italia del Gusto.

El informe sitúa a Europa como principal motor del avance, con un aumento del 7,3%, mientras que Estados Unidos aparece como la gran excepción entre los mercados de destino del producto italiano, con una caída del 4,5% por el efecto negativo de los aranceles.

Italia del Gusto es un consorcio privado de empresas italianas de alimentación y vino fundado en 2006 por Giovanni Rana y presidido en la actualidad por Giacomo Ponti. Agrupa a 30 compañías de 38 categorías de producto, suma una facturación agregada de 22.000 millones de euros y supera los 53.000 empleados. Entre sus miembros figura el grupo Terra Moretti, con bodegas como Bellavista, Contadi Castaldi, Petra, Acquagiusta-Tenuta La Badiola, Sella & Mosca y Teruzzi, junto a firmas alimentarias como Barilla, Bauli, Caffè Borbone, Sammontana Italia, San Benedetto o Vecchia Romagna.

Los datos se dieron a conocer este jueves, 18 de junio, en Roma, durante el acto con el que el consorcio celebró sus 20 años en el Chiostro del Bramante. Al encuentro asistieron, entre otros, el ministro de Agricultura de Italia, Francesco Lollobrigida; el presidente de ICE-Italian Trade Agency, Matteo Zoppas; el director general del Ministerio de Asuntos Exteriores, Mauro Battocchi; y Alfredo Conte, vice director general del mismo ministerio.

Nomisma prevé para 2025 un crecimiento del PIB mundial del 3,3%, aunque advierte de una evolución desigual entre áreas económicas. Las economías emergentes siguen impulsando la actividad, mientras la zona euro muestra un perfil más débil y fragmentado. También persisten diferencias en inflación y consumo entre mercados desarrollados y emergentes.

En alimentación y bebidas, el estudio recoge una brecha geográfica clara. En países emergentes como India y China, el consumo per cápita avanzó un 26% entre 2019 y 2024. En las economías maduras, en cambio, la evolución fue más contenida. El

comercio internacional sigue además muy concentrado: Estados Unidos, Alemania, China, Reino Unido y Francia reúnen cerca de tres cuartas partes de la demanda mundial.

Francia y Alemania continúan entre los mercados más vinculados a la oferta agroalimentaria italiana. El 9,9% de las importaciones francesas de alimentación y bebidas procede de Italia, porcentaje que en Alemania se sitúa en el 9,3%. Entre los mercados analizados también aparece Japón por su peso entre las economías con mayor gasto alimentario por habitante y por su interés para los productos de calidad.

Por países, Polonia registró un aumento del 21,6% y España del 13%, frente a una demanda más débil en algunos destinos tradicionales. Nomisma señala además que Italia mantiene posiciones fuertes en segmentos como café, productos de panadería, chocolate y quesos.

Para el negocio de las bebidas, estos datos apuntan a dos tendencias con efecto directo. Por un lado, el mejor comportamiento europeo abre más espacio para vinos, aguas minerales y espirituosos italianos dentro del mercado comunitario. Por otro, la caída en Estados Unidos refleja la presión que pueden ejercer los aranceles sobre categorías con fuerte presencia exterior.

Ponti afirmó que en estos veinte años el consorcio ha demostrado que actuar de forma coordinada no es solo una opción organizativa, sino una palanca estratégica para crecer en los mercados internacionales. A su juicio, unir experiencias y capacidades ha permitido a las empresas asociadas ampliar su negocio exterior y reforzar la posición del producto italiano fuera del país.

Lollobrigida sostuvo que Italia cuenta con un sistema “resiliente” y capaz de responder a las dinámicas comerciales y geopolíticas. El ministro también recordó el programa ColtivaItalia, dotado con 1.000 millones de euros para reforzar cadenas agroalimentarias estratégicas y apoyar a los sectores más expuestos a fases difíciles del mercado.

Durante el aniversario del consorcio, Lollobrigida entregó a Giovanni Rana una moneda dedicada a la Cocina italiana Patrimonio Unesco. Rana defendió la evolución del grupo desde su creación y atribuyó su fortaleza al intercambio de ideas y a la colaboración

entre socios. También se mostró optimista pese a la incertidumbre internacional y afirmó que el alimento italiano mantiene una fuerte aceptación fuera de sus fronteras.