vinetur

El vino europeo redibuja su mapa en Estados Unidos tras la ruptura de grandes alianzas

Wilson Daniels sustituye a RNDC con nuevos distribuidores en 12 estados en plena caída del mercado

martes 7 de julio de 2026

El mercado del vino en Estados Unidos atraviesa una reorganización interna que afecta tanto al consumo como a la distribución, en un momento marcado por la caída de las ventas y por la pérdida de volumen de negocio ligada también a los aranceles. Según recoge WineNews, el vino importado representa entre el 60% y el 70% del negocio del vino en el país, de acuerdo con datos recordados recientemente por la US Wine Trade Alliance, una referencia que ayuda a medir el alcance de los cambios en marcha.

Ese ajuste se está traduciendo en movimientos entre importadores y distribuidores, con cesiones de unidades de negocio, salida de algunos mercados estatales, fin de alianzas anteriores y firma de nuevos acuerdos. Uno de los casos más recientes es el de Republic National Distributing Company, conocida como RNDC, uno de los grandes operadores del sector en Estados Unidos, que ya ha vendido y sigue vendiendo partes de su actividad en varios estados.

La decisión ha llevado a Wilson Daniels, una firma histórica de importación y distribución en el mercado estadounidense, a reorganizar su red comercial con dos nuevos socios. La empresa ha firmado un acuerdo con Reyes Beverage Group para que actúe como distribuidor exclusivo en siete estados: Arizona, Colorado, Hawái, Luisiana, Oklahoma, Texas y Virginia. Ese pacto está en vigor desde el pasado 1 de junio. Además, Wilson Daniels ha cerrado otra alianza con Johnson Brothers para otros cinco

estados: Indiana, Nebraska, Dakota del Norte y Virginia Occidental. Este segundo acuerdo entrará en vigor el próximo 1 de agosto.

WineNews señala que la relación entre Wilson Daniels y RNDC había durado 11 años y operaba en 21 mercados. El presidente de Wilson Daniels, Rocco Lombardo, explicó al medio italiano que esa etapa dejó resultados relevantes en crecimiento y relaciones comerciales, pero que la empresa mantiene su rumbo y busca continuidad con sus nuevas alianzas.

Lombardo indicó también que una parte básica del proceso de decisión fue la afinidad con el negocio principal de la compañía, centrado en un catálogo de vino de alta gama elaborado por bodegas familiares con varias generaciones a sus espaldas. En el caso del acuerdo con Reyes Beverage Group, añadió que se hizo un esfuerzo para conservar al 90% del personal de RNDC dedicado a esa categoría, con la idea de mantener la continuidad comercial.

La cartera de Wilson Daniels incluye nombres muy conocidos del vino italiano como Arnaldo Caprai, Biondi-Santi, Benanti, Bisol1542, Gaja, Cogno, Castello di Volpaia, Dal Forno Romano y Elena Walch. También trabaja con productores franceses como Domaine de la Romanée-Conti, Domaine Faiveley, Domaine Leflaive y Champagne Gosset, además de firmas españolas como Familia Torres. La amplitud de ese catálogo da una idea del peso que tienen estos cambios para muchas bodegas europeas presentes en Estados Unidos a través de importadores especializados.

El movimiento no se limita a una sola empresa. Según la información publicada por WineNews este martes, 7 de julio, el mercado estadounidense vive una fase de reordenación más amplia. La transformación no afecta solo a lo que compra el consumidor final o a cuánto compra. También modifica la forma en que las botellas llegan al mercado, qué empresas controlan cada territorio y qué socios comerciales gestionan las marcas en cada estado.

Para el sector de bebidas, esta reorganización puede tener efectos más allá del vino premium. En Estados Unidos, los canales de distribución suelen compartir estructura comercial y logística para distintas categorías, por lo que los cambios entre grandes operadores pueden influir también en la presencia de otras bebidas importadas y en la

relación entre marcas internacionales y distribuidores locales. En un sistema muy fragmentado por estados, cualquier ajuste en las redes comerciales puede alterar tiempos de entrada al mercado, cobertura territorial y capacidad de venta.

Estados Unidos sigue siendo un mercado básico para el vino italiano y para buena parte del vino europeo. Por eso, cada cambio entre distribuidores e importadores se sigue con atención entre bodegas y grupos exportadores. La noticia llega además después de varias señales sobre la presión que soporta el sector por la debilidad del consumo y por factores externos como los aranceles y la incertidumbre económica.

WineNews recuerda también unas declaraciones recientes de Albiera Antinori, al frente de Marchesi Antinori y del Grupo Vinos de Federvini. Con presencia directa en Estados Unidos tanto como productora, a través de Stag’s Leap Wine Cellars en Napa Valley, como mediante actividades de importación con Vinattieri 1385, Antinori sostuvo que el mercado estadounidense tendrá una evolución positiva cuando se aclaren varias tensiones geopolíticas y económicas. Al mismo tiempo, advirtió de que no volverá a ser exactamente igual a como era antes.

Esa idea resume bien el momento actual: Estados Unidos mantiene su peso para las bodegas internacionales, pero cambia su funcionamiento interno. Las alianzas comerciales se revisan, los mapas estatales se redibujan y las empresas buscan fórmulas nuevas para conservar cuota y presencia en un mercado que sigue siendo básico, aunque con reglas menos estables que hace unos años.