vinetur

Italia eleva al 23% su cuota mundial en exportaciones de vino

El vino impulsa el negocio alimentario italiano en el exterior y refuerza su peso en bebidas internacionales

jueves 23 de julio de 2026



Italia elevó en una década el peso de su vino en las exportaciones mundiales del sector, al pasar del 18,7% en 2015 al 23% en 2025, según datos de Nomisma elaborados con cifras de Trade Map. El avance sitúa al vino como uno de los principales motores del negocio alimentario italiano en el exterior.

Nomisma señala que el agroalimentario italiano cerró 2025 con exportaciones por valor de 59.300 millones de euros, un 5,1% más. Dentro de ese conjunto, el vino gana terreno junto a otros productos con fuerte presencia fuera del país. La pasta pasó del 30,4% del comercio mundial en 2015 al 27,6% en 2025; el aceite de oliva se mantuvo en el 21,2%; y los lácteos subieron del 9,3% al 13,5%.

En el conjunto de alimentos y bebidas, excluidos los productos agrícolas sin transformar y el tabaco, las exportaciones mundiales aumentaron un 76% en los últimos diez años y superaron los 1,43 billones de dólares, siempre según Nomisma. En esa clasificación, Italia ocupa el sexto puesto con una cuota del 4,7%, equivalente a algo más de 67.000 millones de dólares.

Por delante figuran Países Bajos y Alemania, ambos con más de 100.000 millones de dólares en alimentos exportados. Les siguen Estados Unidos, con 90.000 millones; Brasil, con 82.000 millones; y Francia, con 71.000 millones.

El informe añade que ocho familias de productos concentran el 63% de las exportaciones italianas de alimentos y bebidas. Además del vino, la pasta, el aceite de oliva y los lácteos, aparecen los productos de panadería, cuya cuota pasó del 6,4% al 8,2% entre 2015 y 2025; el chocolate, del 6,2% al 7,2%; las conservas vegetales, del 6% al 7%; y el café, del 4,6% al 5,2%.

Para el sector de bebidas, la evolución del vino italiano tiene un efecto potencial más allá de esta categoría. Refuerza el peso de Italia en la distribución internacional de bebidas y puede influir en decisiones comerciales de importadores, cadenas de alimentación y hostelería que trabajan también con cerveza, destilados o café.

Nomisma precisa que entre los grandes exportadores mundiales solo Polonia mejoró más que Italia en la última década. El valor de las ventas alimentarias polacas al exterior aumentó un 169%, desde 18.000 millones hasta casi 49.000 millones de dólares.

Denis Pantini, responsable agroalimentario de Nomisma, afirma que el crecimiento del comercio exterior italiano fue superior al de todos los países que están por delante en la clasificación y alcanzó un aumento del 109% en el periodo analizado. Pantini

atribuye esa evolución a una progresión reforzada también en los últimos años pese a las guerras, las tensiones geopolíticas y los conflictos comerciales.

Nomisma también advierte de que la posición italiana no avanza igual en todas las categorías. En pasta, aunque Italia mantiene el liderazgo exportador, Corea del Sur elevó su cuota desde menos del 4% hasta el 10% en diez años y Turquía llegó al 5,2%. En vino, sin embargo, la mejora hasta el 23% confirma una mayor presencia internacional del producto italiano dentro del comercio mundial de bebidas alcohólicas.