vinetur

Las exportaciones españolas de vino caen un 20,1% en volumen durante mayo

OIVE sitúa las ventas exteriores en 226,6 millones de euros y 133,2 millones de litros

jueves 30 de julio de 2026



Las exportaciones españolas de vino registraron en mayo de 2026 una caída del 11,1% en valor y del 20,1% en volumen, según los datos de la Agencia Estatal de Administración Tributaria analizados por la Organización Interprofesional del Vino de España (OIVE). Las ventas al exterior se situaron en 226,6 millones de euros, 28,2 millones menos que en el mismo mes del año anterior, y en 133,2 millones de litros, con un descenso de 33,4 millones.

La evolución de mayo se enmarca en un boletín de inteligencia económica difundido por la interprofesional, que también recoge el comportamiento del comercio exterior en otros mercados y la posición de España entre los principales exportadores de vino.

En el primer trimestre de 2026, España fue el tercer exportador mundial de vino en valor, con 655,1 millones de euros, lo que supone un retroceso del 6,6%. En volumen ocupó la segunda posición, con 424,3 millones de litros, tras una bajada del 15,6%, según los datos recopilados por OIVE.

Francia mantuvo el primer puesto mundial en valor, con 2.490,3 millones de euros exportados entre enero y marzo, un 4,1% menos. Italia encabezó la clasificación en volumen, con 471,5 millones de litros, también con una caída del 4,1%.

El boletín incorpora además un informe sobre Países Bajos, uno de los mercados analizados por la interprofesional. Entre enero y marzo de 2026, las importaciones totales de vino en ese país bajaron un 4,5% en valor y un 3,9% en volumen, de acuerdo con los datos de las aduanas neerlandesas examinados por OIVE. El mercado neerlandés cerró ese periodo con 306,6 millones de euros en compras y 78,5 millones de litros importados.

Junto a estos datos, la organización recuerda a los operadores del sector que ya están disponibles los contratos tipo homologados para la nueva campaña vitivinícola. OIVE señala que estos modelos buscan facilitar las relaciones comerciales entre los distintos operadores.

En el área de promoción, la interprofesional mantiene activa la campaña Vida con Moderación bajo la etiqueta #VidaconModeración. La entidad afirma que esta iniciativa pone el foco en un estilo de vida basado en la moderación y lo vincula con la

longevidad de la población española.

OIVE también impulsa la campaña Di Vino, una propuesta que, según la propia organización, pretende asociar el vino a momentos cotidianos y de disfrute.

En paralelo, la Fundación para la Investigación del Vino y la Nutrición analiza un estudio elaborado por investigadores del IRCCS Neuromed, Instituto Neurológico Mediterráneo de Pozzilli, en la región italiana de Molise. Ese trabajo, según se indica, aporta nuevos datos sobre la relación entre el consumo moderado de vino y los marcadores biológicos del envejecimiento.