vinetur

El vino italiano se adentra en una fase crítica por la caída de precios

Las bodegas sufren más gastos, menor demanda, exportaciones un 6,2% inferiores

lunes 5 de octubre de 2026



El vino italiano llega al cierre de 2026 con una combinación incómoda para las bodegas: los precios al consumidor bajan, pero los gastos de producción y distribución siguen al alza y las ventas no reaccionan. Los datos de septiembre y del primer semestre del año apuntan a una presión sobre los ingresos de un sector que mueve en torno a 14.000 millones de euros, obtiene el 55% de su facturación fuera de Italia y,

con su actividad indirecta, da trabajo a unas 900.000 personas.

En septiembre, los precios del vino para el consumidor en Italia cayeron un 2,3% interanual, mientras la inflación general del país se situó en el 4,2%. La rebaja, sin embargo, no ha servido para reactivar la demanda. La Unione italiana vini (UIV) sostiene que los volúmenes siguen débiles, un dato que deja a muchas bodegas en una posición delicada: venden a precios más bajos sin compensarlo con más salida de producto.

A esa menor capacidad de trasladar precios al mercado se suma una estructura de gastos más pesada. La UIV atribuye esa presión a efectos directos en la actividad de bodega e indirectos en la producción de vidrio, además de alzas en transporte y logística, productos enológicos, envases y otros materiales. Para las empresas del vino, el problema no se limita a la uva o a la cosecha, sino que recorre buena parte de la cadena que va desde la elaboración hasta la entrega final.

El comercio exterior tampoco ha dado alivio en la primera mitad de 2026. Las exportaciones italianas de vino bajaron un 6,2% en valor y un 4% en volumen. Esa diferencia entre ambas magnitudes sugiere una presión adicional sobre los precios medios de venta en el exterior, ya sea por descuentos, por un cambio en la mezcla de productos vendidos o por una menor capacidad de colocar referencias de más valor añadido. Para un país con una fuerte dependencia del mercado internacional, esa pérdida pesa de forma directa sobre los márgenes.

La evolución del vino italiano importa también al conjunto del negocio de bebidas. Italia es uno de los principales exportadores de vino y cualquier recorte de ingresos en ese mercado puede afectar a decisiones de inversión, estrategia comercial y precios en una cadena en la que participan productores, distribuidores, hostelería, fabricantes de envases y operadores logísticos. Si esa presión se mantiene, puede influir en la posición de muchas empresas en los mercados internacionales.

La debilidad de la demanda no es solo italiana. La Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV) calcula que el consumo mundial de vino se situó en 208 millones de hectolitros en 2025, un 2,7% menos que un año antes y alrededor de un 14% por debajo de 2018. La organización relaciona esa bajada con cambios en los estilos de

vida, en los hábitos sociales y entre generaciones. Ese cambio de pautas ayuda a explicar por qué una rebaja de precios no garantiza por sí sola una recuperación de las ventas.

El deterioro llega, además, en un momento en el que parte del consumo se reparte entre más categorías de bebidas y en el que la moderación gana peso en muchos mercados. Para el vino, eso significa menos compras por impulso, más sensibilidad al precio y una rotación más lenta en restauración y alimentación. En un país como Italia, donde el sector tiene un peso económico y exportador elevado, el ajuste va más allá de las cuentas de las bodegas.

La historia del viñedo europeo muestra que el sector ya ha tenido que cambiar de base productiva en otras etapas. En la segunda mitad del siglo XIX, la filoxera arrasó buena parte de los viñedos del continente y obligó a injertar variedades europeas sobre portainjertos americanos resistentes al insecto. Aquel episodio alteró de raíz la forma de producir en países como Italia, un antecedente que ayuda a situar la fase actual de menor consumo, menores ingresos exteriores y gastos de elaboración más altos.