vinetur

El vino italiano rebota en Estados Unidos con un 17% más en valor exportado

La patronal atribuye gran parte del repunte a la reposición de existencias, no a una demanda más fuerte

miércoles 11 de noviembre de 2026



La Unione Italiana Vini (UIV) informó este martes, 10 de noviembre, de una mejora en las exportaciones de vino italiano a Estados Unidos durante el tercer trimestre de 2026. Entre julio y septiembre, las ventas aumentaron un 17% en valor y un 6,6% en

volumen, tras un año y medio de descensos en ese mercado. La organización, no obstante, pide prudencia y sostiene que el repunte no prueba por sí solo una recuperación real de la demanda.

El avance en Estados Unidos ha contribuido a aliviar el balance del vino italiano fuera de la UE en los nueve primeros meses del año. Después de un arranque débil, con una caída del 5,3% en los siete primeros meses de 2026, el tercer trimestre dejó una subida del 8% en el valor exportado a esos destinos. Con ese movimiento, la bajada acumulada se redujo al 3%, de acuerdo con los datos manejados por UIV.

Al cierre de septiembre, las ventas de vino italiano en mercados extracomunitarios sumaban cerca de 3.300 millones de euros y superaban los 740 millones de litros. Dentro de ese bloque, Estados Unidos fue el país que más ayudó a corregir la caída. El descenso acumulado desde enero hasta septiembre quedó en el 6%, frente al -14% que registraba en el primer semestre.

Pese a esa mejora, UIV sostiene que la situación sigue siendo frágil. La organización señala que el consumo de vino italiano en Estados Unidos continúa a la baja, con un retroceso del 5,3%, y añade que el aumento de las importaciones puede deberse sobre todo a la reposición de existencias por parte de los compradores. Es decir, al relleno de almacenes y no necesariamente a una mayor salida del producto en el mercado final.

Esa diferencia tiene efecto directo sobre la planificación comercial. Para las bodegas y para otros operadores de bebidas alcohólicas que venden en Estados Unidos, no es lo mismo un alza ligada al consumo que un repunte ligado al stock. En el primer caso, la mejora suele dar más estabilidad a los pedidos; en el segundo, puede tratarse de un movimiento más corto, con impacto en compras, inventarios y ritmo de ventas en los meses siguientes.

La patronal italiana añade que los principales mercados fuera de la UE continúan con una evolución débil, con la excepción de Rusia, China y Brasil, donde las exportaciones italianas avanzan. Ese comportamiento desigual refuerza el peso de Estados Unidos en la estrategia exterior del sector, incluso en una etapa de menor dinamismo en varios destinos.

UIV también subraya que, pese a las dificultades ligadas a las restricciones introducidas por Washington, el mercado estadounidense sigue entre los destinos prioritarios para las empresas italianas. En una encuesta reciente de la organización, casi tres de cada cuatro compañías situaron a Estados Unidos como su primer objetivo para invertir recursos promocionales.

Sobre el mercado pesa además la investigación abierta en Estados Unidos sobre la sobrecapacidad productiva, un examen que trata de determinar si un país produce muy por encima de su demanda interna. Ese procedimiento alcanza también al negocio de las bebidas y, según advierte UIV, podría desembocar en nuevas medidas comerciales contra productos europeos. Para el vino italiano, la combinación de un mejor dato trimestral con ese riesgo regulatorio mantiene la incertidumbre sobre la evolución de 2026 y sobre el arranque de 2027.