vinetur

Las exportaciones de vino de la UE pierden 1.124 millones por el descenso del valor medio

Las ventas fuera del bloque ceden un 6,8% en ingresos frente a un 3,3% en volumen

viernes 13 de noviembre de 2026



Las exportaciones de vino de la Unión Europea a países terceros cerraron el periodo entre septiembre de 2025 y agosto de 2026 con una bajada más intensa en valor que en volumen. Copa-Cogeca sitúa esas ventas en 15.400 millones de euros y 27,5 millones de hectolitros, lo que supone un 6,8% menos de ingresos y un 3,3% menos de

producto frente a los doce meses anteriores.

La diferencia entre ambas tasas refleja que el sector vendió fuera de la UE a un valor medio inferior. Con esas cifras, el ingreso medio quedó en 5,60 €/litro, un 3,62% menos que en el periodo precedente. Ese dato no equivale a una variación directa de precios ni a inflación: resume al mismo tiempo el precio, el tipo de vino vendido, el formato y el peso de cada mercado de destino.

Si se toman como referencia los datos redondeados difundidos por la organización agraria europea, la pérdida ronda los 1.124 millones de euros y unos 938.000 hectolitros. En otras palabras, el ajuste en caja fue más amplio que el recorte en litros, un punto que ayuda a entender la presión que soporta una parte del negocio exportador.

Copa-Cogeca reparte la bajada entre varias categorías. Las ventas de vinos con denominación de origen protegida retrocedieron un 7,6%; las de varietales, un 6,7%; y las de indicación geográfica protegida, un 4,9%. Los vinos sin indicación geográfica se mantuvieron casi estables. El reparto por formatos también dibuja un cambio en la mezcla comercial: solo subieron el granel, con un 5%, y el bag-in-box, con un 3,4%, mientras que el vino embotellado cayó un 7,5% y el espumoso, un 6,2%.

El retroceso se concentró en varios mercados habituales para el vino europeo. Estados Unidos redujo sus compras un 15,3%, Canadá un 11%, Suiza un 9,2% y Reino Unido un 3,9%, de acuerdo con los datos difundidos por la organización. En sentido contrario, Rusia avanzó un 17,5% y Hong Kong un 10,9%, aunque esas subidas no bastaron para compensar el descenso en destinos con mucho más peso para el conjunto de la UE.

La lectura por mercados deja otra señal: la debilidad no se limita a un solo país ni a una sola categoría de producto. Cuando el ajuste aparece a la vez en valor total, en litros vendidos y en varios destinos de referencia, el efecto sobre la facturación exterior se amplía. Además, el hecho de que mejoren formatos como el granel y el bag-in-box mientras pierden terreno el embotellado y el espumoso también empuja a la baja el valor medio por litro.

El comercio dentro de la propia Unión también mostró una mala evolución, aunque con un perfil distinto. Copa-Cogeca cifra en un 9,8% la caída del valor y en un 13,4% la del volumen en los intercambios entre Estados miembros, al tiempo que los valores unitarios medios aumentaron. Eso separa el comportamiento del mercado intracomunitario del observado en las exportaciones a terceros países, donde la pérdida de valor fue mayor que la de volumen.

La organización vincula esta evolución a una demanda más débil, precios a la baja y existencias todavía elevadas en varios mercados. A esa combinación suma trabas comerciales y el encarecimiento de la producción derivado de conflictos y tensiones geopolíticas. En su análisis, la presión ya no procede solo de la oferta o de una mala campaña en un país concreto, sino también de cambios en el consumo y de un menor empuje de algunos destinos tradicionales.

Ese telón de fondo se ve también en la demanda mundial. Copa-Cogeca calcula que el consumo de vino se sitúa en 221 millones de hectolitros, el nivel más bajo en más de treinta años. La cuota de la Unión Europea en ese consumo pasa, siempre según la organización, de casi el 60% en 2000 al 48% actual. La contracción afecta sobre todo a tintos y rosados, mientras que los vinos de base registran algunos de los mayores ajustes de precios.

Para bodegas y viticultores, la combinación de menos ventas, menor ingreso medio por litro y una demanda más floja pesa de forma directa en las cuentas. El grupo de trabajo del vino de Copa-Cogeca reclama por ello más inversión en innovación, sostenibilidad y promoción de la calidad, además de diversificar la oferta, abrir mercados y recuperar la relación con los consumidores, en especial con los más jóvenes.