vinetur

Estados Unidos plantea un arancel del 15% al vino europeo salvo al champán

Italia denuncia un trato desigual que presiona precios, márgenes y ventas en el mercado estadounidense

viernes 27 de noviembre de 2026



Estados Unidos ha incluido al vino en la nueva propuesta arancelaria sobre productos de la Unión Europea y plantea una carga del 15% para esta categoría, con una excepción para el champán. La propuesta, conocida este jueves, 26 de noviembre,

también deja fuera al whisky y sigue en fase de consulta, por lo que su redacción final aún puede variar.

La reacción en Italia ha sido inmediata. Los productores consideran que la exclusión del champán introduce un trato desigual dentro del propio mercado europeo y altera el equilibrio comercial en Estados Unidos, uno de los destinos más relevantes para las bodegas del continente. La protesta se centra en que vinos comparables, dirigidos al mismo consumidor y presentes en los mismos canales de venta, quedarían sometidos a reglas distintas.

El punto más sensible está en los espumosos. Si el champán entra sin ese recargo y otros espumosos de la UE sí lo pagan, la diferencia puede notarse en el precio final en tiendas, restauración y distribución. En el negocio de las bebidas, un cambio así suele influir en la composición de los catálogos, las promociones y las decisiones de compra de importadores y cadenas de hostelería.

Un arancel del 15% no siempre se traslada de forma íntegra al consumidor, pero sí añade presión sobre toda la cadena. Exportadores, importadores y distribuidores pueden asumir una parte para no perder ventas, con el consiguiente recorte de márgenes. Si no lo hacen, el producto llega más caro al lineal y pierde posición frente a referencias exentas o frente a vinos de otros orígenes.

Por eso la excepción al champán no se interpreta solo como una cuestión técnica. Para buena parte del sector italiano, la medida favorece a una categoría muy concreta y deja en peor posición al resto del vino europeo. La crítica se dirige tanto al efecto comercial inmediato como al mensaje político que transmite la selección de productos incluidos y excluidos.

La inquietud no parte de cero. Las cifras que maneja el sector apuntan a más de 380 millones en exportaciones canceladas por aranceles aplicados en etapas anteriores. Ese antecedente explica la rapidez de la protesta: las bodegas temen una repetición del mismo patrón en un momento en el que el mercado estadounidense sigue siendo básico para ventas de valor añadido y para marcas de vino premium.

En Italia, además, la lectura de la medida va más allá del vino. Parte del sector entiende que la sintonía política que algunos daban por hecha entre Roma y la Casa Blanca de Donald Trump no se ha traducido en ventajas comerciales. La inclusión del vino italiano en la propuesta y la exención del champán se han recibido como la prueba de que esa expectativa no tenía reflejo en la política arancelaria de Washington.

La fase de consulta abre todavía un margen para cambios, pero no elimina la incertidumbre. Mientras el texto siga abierto, productores e importadores trabajan con varios escenarios: desde una aplicación sin cambios hasta ajustes en el alcance de las exenciones. En operaciones internacionales, esa falta de certeza también pesa, porque complica contratos, planificación de compras y fijación de precios para los próximos meses.

En el sector de bebidas, el asunto importa por una razón directa. El mercado estadounidense no solo absorbe grandes volúmenes, también marca tendencias de precio y posicionamiento para vinos, espumosos y destilados. Si una parte de esa oferta entra con ventaja arancelaria y otra no, el efecto potencial no se limita a las bodegas italianas: puede alterar la relación entre categorías y aumentar la presión sobre márgenes en toda la cadena comercial europea vinculada a Estados Unidos.