vinetur

El valor de las importaciones de vino italiano en Estados Unidos cae un 7,5% pese a mantener el volumen

Los productores italianos bajan precios pero el consumidor apenas percibe la rebaja y el consumo sigue estancado

jueves 15 de enero de 2026



Las importaciones de vino italiano en Estados Unidos muestran cambios importantes durante los primeros diez meses de 2025. Según los datos del Wine Monitor de Nomisma, el valor total de las importaciones ha bajado un 7,5% respecto al mismo periodo del año anterior. Sin embargo, los volúmenes se mantienen prácticamente iguales, con un ligero aumento del 0,1%. Esta diferencia entre valor y volumen afecta a todos los proveedores y categorías de vino, tanto tranquilos como espumosos.

La principal causa de esta situación es la reducción de los precios medios de los vinos en la frontera estadounidense. Los productores italianos han optado por bajar sus precios para intentar mantener la competitividad en un momento en el que el consumo no crece y la administración estadounidense aplica una tasa del 15% sobre los productos importados. En concreto, el precio medio por litro de los vinos tranquilos italianos embotellados ha pasado de 7,07 dólares entre enero y octubre de 2024 a 6,44 dólares en el mismo periodo de 2025. Esto supone una bajada cercana al 9%.

A pesar de este esfuerzo por parte de los productores, las ventas no han respondido como se esperaba. Las ventas fuera del canal hostelero (off-premise) de vinos tranquilos italianos siguen bajando. El precio medio al consumidor final se mantuvo estable hasta septiembre y subió en octubre. Esto indica que la rebaja aplicada por los productores no se ha trasladado completamente al consumidor.

No todo se explica por la subida de aranceles. El descenso en las ventas también afecta a los vinos estadounidenses, que no están sujetos a tarifas adicionales. En octubre, las ventas por volumen de vinos nacionales bajaron un 7% respecto al mismo mes del año anterior. Si se observa el periodo de doce meses hasta el 1 de noviembre, la caída es del 6,5%. Estos datos sugieren que existen factores más amplios que afectan al mercado estadounidense del vino, como el estancamiento del consumo y la incertidumbre económica.

Desde un punto de vista técnico, el efecto principal de los aranceles es que el coste adicional recae sobre importadores y productores. Para seguir siendo competitivos, estos agentes reducen sus márgenes y ajustan sus precios medios. Sin embargo, hasta principios del otoño, el precio final para el consumidor apenas ha cambiado. Esto significa que son principalmente los productores quienes soportan el impacto

económico.

De cara al futuro, proteger la presencia del vino italiano en Estados Unidos requerirá combinar varias estrategias comerciales. Será necesario impulsar promociones y acciones de marketing tanto en tiendas como en restaurantes y bares. Además, será importante vigilar cómo evolucionan los precios en frontera y las políticas arancelarias estadounidenses. Adaptar la política de precios sin perder margen ni dañar la imagen del producto será clave en un mercado donde coinciden aranceles altos y consumo estancado.

Los datos recogidos hasta octubre muestran que la tasa del 15% impuesta por Estados Unidos tiene un efecto claro sobre los productores italianos, reduciendo el valor medio de las importaciones. Sin embargo, la tendencia general del mercado estadounidense también responde a factores estructurales más amplios. La industria italiana debe buscar un equilibrio entre precio, calidad y estrategia comercial para seguir siendo competitiva en este entorno cambiante.