vinetur

El mercado del vino en India podría alcanzar 1.000 millones de dólares si prospera el acuerdo comercial con la UE

Italia refuerza su apuesta con un aumento del 14% en exportaciones y eventos para conquistar a los consumidores indios

martes 20 de enero de 2026



El mercado del vino en India está viviendo una transformación que llama la atención de los principales países exportadores europeos. El consumo de vino en el país asiático ya supera los 415 millones de dólares y se espera que alcance los 520 millones antes de 2028, según datos del Observatorio del Vino Uiv-Vinitaly y el grupo IWSR. Este

crecimiento se debe, en gran parte, al aumento de la clase media india y a un interés mayor por productos importados, especialmente entre consumidores jóvenes y urbanos.

Italia ha reforzado su presencia en el mercado indio con un incremento del 14% en sus exportaciones de vino, situándose como el cuarto proveedor tras Australia, Francia y Singapur. Para impulsar esta tendencia, organismos como Veronafiere y la Italian Trade Agency han organizado el Vinitaly India Roadshow, que reunió a 30 bodegas italianas en eventos celebrados en Nueva Delhi y Goa entre el 15 y el 18 de enero. Estas actividades incluyeron catas, formación para profesionales del canal horeca y encuentros con importadores locales. Además, se celebró una cena oficial en la Embajada de Italia en Nueva Delhi y se invitó a operadores indios a asistir a la feria Vinitaly en Verona el próximo abril.

El segmento del vino importado en India todavía es reducido, con un valor actual cercano a los 30,5 millones de dólares. Sin embargo, las previsiones apuntan a un margen de crecimiento importante. Si la demanda mantiene su ritmo entre 2026 y 2034, el mercado podría acercarse a los 1.000 millones de dólares. Esta perspectiva ha motivado a empresas europeas a buscar acuerdos comerciales más favorables.

Uno de los principales obstáculos para la expansión del vino europeo en India es la elevada fiscalidad que soportan estos productos. A esto se suma la complejidad regulatoria derivada de las normativas estatales internas, que varían según cada región del país. Los expertos señalan también la necesidad de invertir en educación y promoción para consolidar una cultura del vino entre los consumidores indios.

El sector exportador europeo sigue con atención la cumbre prevista para el 27 de enero, donde representantes de la Unión Europea e India discutirán un posible tratado de libre comercio. El objetivo es reducir aranceles y barreras técnicas que actualmente encarecen el producto final e impiden una mayor penetración en el mercado indio.

Las marcas internacionales no solo buscan aumentar sus ventas directas en India, sino también posicionar al país como un centro logístico para la redistribución hacia otros mercados del sur de Asia. La ubicación estratégica de India y su potencial demográfico convierten al país en un punto clave para la diplomacia comercial europea.

En este escenario, Italia ha apostado por una estrategia coordinada que combina promoción directa, formación profesional y diplomacia institucional. El Vinitaly India Roadshow es un ejemplo de cómo las bodegas europeas intentan ganar terreno mediante acciones conjuntas y presencia local.

El futuro del vino europeo en India dependerá en gran medida del resultado de las negociaciones comerciales entre ambos bloques. Si se logra avanzar hacia un acuerdo que reduzca las barreras arancelarias y simplifique los trámites regulatorios, el mercado indio podría convertirse en uno de los destinos prioritarios para las exportaciones vinícolas europeas durante la próxima década.