vinetur

El vino francés pierde terreno en Estados Unidos por aranceles y la fortaleza del euro

Las ventas se polarizan entre vinos asequibles y premium mientras el sector busca adaptarse a un mercado más exigente

martes 24 de febrero de 2026



Las exportaciones de vino francés a Estados Unidos han registrado una caída en los últimos meses. Según datos del sector, varios factores explican esta situación. Pamela Wittmann, consultora especializada en vinos franceses en el mercado estadounidense,

señala que los aranceles adicionales del 15% y la debilidad del dólar frente al euro han reducido la competitividad de los vinos franceses. Además, la incertidumbre generada por los cambios frecuentes en la administración estadounidense dificulta la planificación a largo plazo para los importadores.

Eric Forêt, distribuidor de vinos franceses en Nueva York, explica que el interés de los consumidores estadounidenses por el vino francés se mantiene. Sin embargo, observa un cambio en sus hábitos de compra. Aunque las ventas aumentaron un 25% en enero respecto al mismo mes del año anterior, los compradores muestran más cautela. Muchos optan por denominaciones menos conocidas o equivalentes regionales de zonas clásicas como Sancerre, Chablis, Saint-Émilion o Châteauneuf-du-Pape, que ofrecen precios más accesibles.

Pamela Wittmann añade que los vinos con mayor salida en el mercado estadounidense son aquellos cuyo precio oscila entre 15 y 20 dólares y los que superan los 100 dólares. El informe State of the US Wine Industry de Silicon Valley Bank confirma que el descenso afecta sobre todo a los segmentos de entrada y gama media. Por el contrario, los vinos premium y las grandes añadas mantienen cierta estabilidad. Esta tendencia muestra una polarización del mercado, donde las categorías de mayor valor ganan peso.

A pesar de las dificultades actuales, Eric Forêt mantiene una visión positiva sobre el futuro del sector. Considera que es poco probable volver a vivir periodos tan favorables como entre 2000 y 2015, pero destaca la capacidad de adaptación de la industria francesa. Tras su participación en Wine Paris, afirma que existe un ambiente favorable para la recuperación y que la previsibilidad actual permite planificar mejor las estrategias comerciales. Según Forêt, el sector debe ser ágil, ofrecer flexibilidad a sus clientes y controlar al máximo sus gastos. Además, insiste en la importancia de innovar tanto en el viñedo como en la elaboración y comercialización del vino, aprovechando herramientas modernas como la inteligencia artificial.

Por su parte, Pamela Wittmann considera que no se prevé una mejora inmediata para este año. Explica que muchos importadores estadounidenses no buscan nuevos productos porque todavía gestionan excedentes acumulados. Sin embargo, confía en

que a largo plazo las relaciones comerciales entre ambos países se estabilicen. Wittmann cree que los vinos franceses capaces de aportar valor real y adaptarse a las preferencias de las nuevas generaciones seguirán teniendo demanda en Estados Unidos.

El mercado estadounidense sigue siendo uno de los principales destinos para el vino francés fuera de Europa. Las empresas del sector observan con atención la evolución del tipo de cambio euro-dólar y las decisiones políticas sobre aranceles. Mientras tanto, productores e importadores buscan fórmulas para mantener su presencia y responder a las nuevas tendencias del consumo local.