vinetur

El vino italiano pierde un 28% de valor en Estados Unidos tras los aranceles y la caída del consumo

El sector busca relanzar su imagen con un plan promocional y nuevas iniciativas

lunes 30 de marzo de 2026



El sector vitivinícola italiano atraviesa un momento complicado en el mercado estadounidense tras la introducción de los aranceles impulsados por la administración Trump. Según datos de Eurostat, los dos primeros meses de 2026 han registrado una

caída del 28% en valor respecto al mismo periodo de 2025. Esta situación se suma a un descenso del 9% en el valor de las exportaciones italianas de vino durante 2025 en comparación con el año anterior. Los Estados Unidos representan el 23% del total de las exportaciones vinícolas italianas, lo que convierte a este país en un socio comercial fundamental para el sector.

Para analizar la situación y buscar soluciones, este lunes, 30 de marzo, se ha celebrado un encuentro en el Palacio Rospigliosi de Roma. El acto ha sido organizado por Coldiretti y Filiera Italia, coincidiendo con la presentación de las iniciativas para Vinitaly 2026, que tendrá lugar en Verona del 12 al 15 de abril. En la reunión han participado decenas de compradores estadounidenses, representantes institucionales, empresas, expertos en comercio internacional y analistas del mercado.

Durante el encuentro se han abordado los principales problemas que afectan al vino italiano en Estados Unidos. Entre ellos figuran los aranceles que han reducido la competitividad del producto italiano frente a otros países productores, así como la evolución desfavorable del tipo de cambio euro-dólar, que afecta directamente a los márgenes empresariales. Además, se ha señalado el descenso del consumo y los cambios en las preferencias de los consumidores estadounidenses, junto con la mayor presencia de vinos procedentes de otros países y productos alternativos.

A estos factores se suman las tensiones geopolíticas internacionales y el aumento de los costes de producción. Los participantes han coincidido en la necesidad de reforzar el posicionamiento del vino italiano a lo largo de toda la cadena de valor para mantener su relevancia en el mercado estadounidense.

Entre los asistentes al acto han estado Ettore Prandini, presidente de Coldiretti; Vincenzo Gesmundo, secretario general; Francesco Lollobrigida, ministro de Agricultura; Luigi Scordamaglia, consejero delegado de Filiera Italia; Matteo Zoppas, presidente de la Agencia Italiana para el Comercio Exterior (ITA); Riccardo Cotarella, presidente de Assoenologi; Felice Adinolfi, director del Centro Studi Divulga; Federico Bricolo, presidente de Veronafiere; Stevie Kim, fundadora del Italian Wine Podcast y socia gestora de Vinitaly; Antonio Rallo, consejero delegado de Donnafugata; Teresa Nicolazzi, directora general de Pemac; y Victor Oscar Schwartz, importador

estadounidense que promovió el recurso ante la Corte Suprema que anuló los aranceles impuestos por Trump. Schwartz ha intervenido por videoconferencia.

Las estrategias debatidas incluyen un plan promocional extraordinario para relanzar el vino italiano en Estados Unidos. Este plan busca impulsar la imagen y presencia del producto italiano mediante acciones conjuntas entre instituciones públicas y privadas. Se pretende también mejorar la protección del sector frente a futuras medidas comerciales adversas.

Estas cuestiones serán tratadas nuevamente durante Vinitaly 2026 en Verona. En ese marco se presentará una novedad: el “Ristorante d’Autore di Campagna Amica - La Casa della Cucina Italiana”. Este nuevo formato gestionado por Coldiretti, Campagna Amica y Terranostra convertirá el restaurante oficial de la feria en un espacio donde confluyen agricultura, gastronomía y territorio.

El programa comenzará el domingo 12 de abril con una degustación centrada en espumosos italianos como Prosecco y Trento Doc. También habrá una jornada dedicada a vinos ligeros con menos de 12 grados. El lunes 13 se centrará en jóvenes productores e interpretaciones innovadoras del Sangiovese toscano y otras variedades. El martes 14 estará dedicado a “Vino y Patrimonio Unesco”, combinando vinos con alimentos tradicionales como pizza napolitana o Parmigiano Reggiano y zonas emblemáticas como Prosecco o Langhe. El miércoles 15 cerrará con una jornada sobre vinos dulces italianos y tradiciones regionales bajo el lema “Mediterráneo en la copa”.

El sector confía en que estas iniciativas permitan superar las dificultades actuales gracias a la capacidad empresarial italiana y a una estrategia conjunta orientada a recuperar cuota en uno de sus mercados más importantes fuera de Europa.