vinetur

El vino italiano cae en exportaciones pero refuerza su apuesta por mercados emergentes

La apertura hacia Mercosur, India y Australia compensa parcialmente el impacto de los aranceles y la incertidumbre global

lunes 13 de abril de 2026



El sector del vino italiano atraviesa un periodo de cambios marcados por la caída de las exportaciones y la apertura de nuevos mercados. Según los datos presentados este lunes, 13 de abril, en Vinitaly 2026 en Verona, el valor de las exportaciones italianas de vino descendió un 3,6% en 2025, lo que supone una reducción cercana a los 300 millones de euros respecto al año anterior. El retroceso más acusado se ha producido en Estados Unidos, donde las importaciones han bajado un 12% a raíz de los aranceles impuestos hace un año. Esta tendencia negativa se mantiene en los primeros meses de 2026, con una caída del 34% en comparación con los niveles previos a la introducción de los aranceles en 2024.

El informe del Observatorio Federvini, elaborado junto a Nomisma y TradeLab, señala que la incertidumbre comercial y las tensiones geopolíticas siguen afectando al sector. Sin embargo, Italia ha mostrado una mayor capacidad de resistencia frente a otros grandes exportadores como Francia (-4,4%), España (-5,1%), Chile (-10,2%) o incluso Estados Unidos, que ha visto disminuir su propio volumen exportador un 36%. Los responsables del estudio subrayan que las barreras arancelarias perjudican tanto a productores como a consumidores y trabajadores.

En este escenario, el sector busca nuevas oportunidades fuera de los mercados tradicionales. A partir del próximo 1 de mayo entrará en vigor provisionalmente el acuerdo entre la Unión Europea y Mercosur. Este pacto permitirá el acceso a un mercado de 260 millones de habitantes y un producto interior bruto conjunto de tres billones de dólares. En los últimos cinco años, las importaciones de vino en Mercosur han crecido un 45%, con Italia ocupando ya una cuota del 8%. Los vinos tintos italianos, especialmente los procedentes de Toscana y Piamonte, han reforzado su presencia en esta región.

Otro mercado relevante es India. El país asiático cuenta con una población estimada en 1.470 millones de personas. En los últimos cinco años, las exportaciones italianas de Prosecco hacia India han aumentado un 165%. La reducción prevista de los aranceles federales indios desde el histórico 150% hasta niveles entre el 20% y el 30% podría modificar sustancialmente el flujo comercial entre ambos países.

Australia también se suma a estos nuevos destinos tras la firma reciente de un acuerdo que elimina por completo las tarifas aduaneras para el vino italiano. El mercado australiano supera ya los 540 millones de euros en importaciones totales. No obstante, algunos representantes del sector consideran que la protección sobre las Indicaciones Geográficas aún no es suficiente.

Durante la presentación del informe en Vinitaly, Giacomo Ponti, presidente de Federvini, recordó que la economía europea y mundial sigue condicionada por factores como el conflicto en Oriente Medio. Ponti señaló que solo parcialmente se compensan estos problemas con las perspectivas abiertas por los acuerdos comerciales firmados por la Unión Europea con Mercosur, India y Australia. Según Ponti, es fundamental que

las instituciones nacionales y europeas sigan apoyando al sector para mantener su capacidad generadora de valor y su papel como embajador del estilo italiano.

En cuanto al consumo interno durante 2025, el canal de gran distribución mantuvo su facturación estable en torno a los tres mil millones de euros pese a una ligera bajada del volumen vendido (-2,8%). Los espumosos crecieron tanto en volumen (+3,1%) como en valor (+2,7%), mientras que los vinos con Indicación Geográfica Protegida conservaron sus cifras anteriores. La calidad y el vínculo con el territorio siguen siendo factores clave para la estabilidad del sector ante una demanda más prudente.

El análisis realizado por TradeLab sobre el consumo fuera del hogar muestra un mercado total valorado en 102 mil millones de euros y un aumento del 1,5% respecto al año anterior. Sin embargo, se observa una disminución generalizada en las visitas (-1,1%) y una reducción global del consumo de vino (-6,6%). Las burbujas resisten mejor esta tendencia (-2,3%), especialmente entre la generación Boomer y en restaurantes de gama alta.

Se detecta también una polarización: mientras algunos segmentos mantienen o aumentan su consumo selectivo y consciente —sobre todo entre adultos jóvenes— otros optan por reducirlo siguiendo nuevas pautas alimentarias. Albiera Antinori, presidenta del Grupo Vinos Federvini, explicó que el mercado está cambiando más por la calidad que por la cantidad demandada. Las variedades con mayor identidad territorial ganan peso frente a otras opciones.

Antinori añadió que el estilo italiano sigue caracterizándose por la moderación y el arraigo cultural. Así lo refleja un estudio encargado por Federvini a la Universidad Sapienza de Roma presentado el pasado 25 de marzo en la capital italiana. Según Antinori, Italia debe seguir promoviendo estrategias para difundir modelos responsables tanto en el consumo como en la gastronomía nacional reconocida por la Unesco como patrimonio inmaterial.