vinetur

Экспорт итальянского вина в первом полугодии 2026 года сократился на 6,2%

Падение продаж в США на 14,1%, снижение цен и рекордные запасы усилили давление на производителей, несмотря на последующий отскок

понедельник, 9 ноября 2026 г.



В первом полугодии 2026 года экспорт итальянского вина сократился. Позднее в том же году поставки в США восстановились, однако производители по-прежнему оказались под давлением ослабления спроса, снижения отпускных цен и значительных запасов.

Такая картина складывается из анализа, опубликованного 8 ноября изданием Di Testa e Di Gola. В нем приводятся отраслевые данные и комментарии Unione Italiana Vini, главного винодельческого объединения страны. Спад назван не краткосрочным колебанием: речь, по оценке авторов, идет о более широком ослаблении мирового спроса.

Согласно приведенным в анализе данным, экспорт итальянского вина в первом полугодии 2026 года превысил 3,6 млрд евро, но по сравнению с аналогичным периодом годом ранее снизился на 6,2% в стоимостном выражении и на 4% в натуральном. За этот период закупки сократили девять из десяти крупнейших зарубежных рынков Италии. В США, главном направлении итальянского винного экспорта, показатель упал на 14,1%, а средняя цена реализации — на 7,8%.

Как отмечается в публикации, особенно заметным давление было в течение 12 месяцев с апреля 2025-го по март 2026 года — на фоне тарифной напряженности на рынке США. За этот период экспорт в Соединенные Штаты сократился на 17%, то есть более чем на 340 млн евро, а объемы поставок опустились до минимального уровня за десятилетие.

Одновременно на производителей давят издержки и цены. Согласно анализу, производственные затраты выросли на 8,9% в годовом исчислении, тогда как потребительские цены на вино снизились на 2,6%. Также отмечается падение котировок вин с защищенным наименованием места происхождения (DOP) до 1,57 евро за литр. Запасы достигли рекордного уровня, что усугубляет положение виноделен, которым нужно распродавать продукцию, не снижая цены еще больше.

Ослабление спроса затронуло не только зарубежные рынки. По данным публикации, продажи вина в итальянских супермаркетах в январе—мае сократились на 2%. В числе наиболее уязвимых участников рынка названы

винодельни среднего размера: им недостает как масштаба крупнейших групп, так и крупных объемов производства, характерных для кооперативов.

Вместе с тем данные показывают, что позднее в году ситуация несколько улучшилась. В третьем квартале поставки в США, согласно анализу, восстановились почти на 17%, а средние цены вновь начали расти. Китай и Россия, как сообщается, прибавили примерно по 20%, а Бразилия сохранила положительную динамику. По оценке издания, Италия выдержала спад лучше, чем Франция, Испания и Чили, которые также столкнулись с ухудшением конъюнктуры.

Важную роль сыграл ассортимент. Игристые и белые вина названы наиболее сильными категориями, а объем розлива в сентябре, как сообщается, вырос на 5%. Динамика в регионах была менее однородной. В Пьемонте, одном из флагманских регионов Италии по производству красных вин, спад составил от 2% до 6%, отмечается в анализе. На рынках Восточной Европы Асти, по имеющимся данным, недосчитался 20 млн бутылок.

Президент Unione Italiana Vini Ламберто Фрескобальди назвал спад структурным снижением мирового спроса, усугубленным падением покупательной способности и геополитической напряженностью. Эта оценка важна для рынка напитков в целом: она указывает на то, что восстановление на таком ключевом экспортном рынке, как США, может не компенсировать более широкое давление на цены и запасы. Если эти условия сохранятся, они могут повлиять на бюджеты продвижения, стратегии дистрибьюторов и соотношение премиальной продукции и товаров массового спроса на рынке импортных алкогольных напитков.

В публикации также говорится о дискуссии в отрасли по поводу дальнейших действий. Торговые объединения призвали правительство Италии создать чрезвычайный фонд для продвижения экспорта. Вместе с тем, как отмечается в анализе, одной финансовой поддержки будет недостаточно, если мировой спрос останется слабым, а объемы вина, претендующие на долю рынка, будут и дальше опережать возможности производителей влиять на цены.

Часть отрасли делает ставку скорее на повышение ценности продукции, чем на рост объемов. Согласно анализу, большую устойчивость демонстрируют вина, связанные с туризмом, региональной идентичностью и премиальным потребительским опытом, а не продаваемые преимущественно как товар массового спроса. В публикации отмечается, что винный туризм продолжает активно развиваться. Это указывает на готовность потребителей тратить деньги, когда продукт связан с местом, качеством и путешествиями.

Ожидается, что урожай 2026 года будет меньше из-за засухи и мер, направленных на снижение урожайности. Сокращение сбора может помочь уменьшить избыточное предложение после периода переполненных запасов в погребах, однако в ближайшей перспективе перед производителями стоит прежняя задача: восстановить рентабельность на экспортных рынках, пока внутренний спрос и продажи в супермаркетах остаются под давлением.