

Informe de Medios de 2012. La comunicación en la Industria del Vino.

-Datos de precios y tipos de vinos -

El tinto ocupa el 60% de la información de vinos en prensa

El reinado en la prensa es para el vino tinto y, en concreto, para el crianza, que es un tipo de caldo que ocupa casi un tercio de las informaciones de vinos de las diversas zonas productivas que publican los periódicos.

Los distintos tipos de vinos tintos ocupan casi el 60% de las informaciones y comentarios no expresamente publicitarios que publica la prensa; los blancos el 21,7% y los cavas el 8,34%, según un Informe de Medios que hemos elaborado a lo largo de 2012, en el que analizamos un grupo de periódicos que representa el 85% de las ventas de diarios en España.

La prensa diaria (con espacio limitado) hace una selección de las bodegas y tipos de vinos que comenta, y tiene miles de marcas distintas entre las que elegir.

Esa selección es muy importante para el conjunto de marcas que concurren en el mercado, y sirve de agenda a los distintos canales de Internet y redes sociales. No obstante, los múltiples soportes digitales activos, que no tienen limitación de espacios, refieren comentarios y catas de casi todos los vinos distintos que se comercializan en España.

Para elaborar este Informe de Medios, que desarrollamos por tipos de vinos en el siguiente gráfico, en Castro Galiana hemos monitorizados en 2012 unos ocho mil ejemplares de periódicos y detectado información de 866 bodegas y 1.500 vinos distintos en 1.839 de ellos, tanto en sus cuadernillos principales como en los distintos suplementos y revistas anexas a los diarios. Esa selección es muy importante para el conjunto de marcas que concurren en el mercado, y sirve de agenda a los distintos canales de Internet y redes sociales. No obstante, los múltiples soportes digitales activos, que no tienen limitación de espacios, refieren comentarios y catas de casi todos los vinos distintos que se comercializan en España.

Para elaborar este Informe de Medios, que desarrollamos por tipos de vinos en el siguiente gráfico, en Castro Galiana hemos monitorizados en 2012 unos ocho mil ejemplares de periódicos y detectado información de 866 bodegas y 1.500 vinos distintos en 1.839 de ellos, tanto en sus cuadernillos principales como en los distintos suplementos y revistas anexas a los diarios.

El precio de los vinos

Otro segundo aspecto que hemos analizado y hoy compartimos, es el precio de los vinos que los diarios suelen publicar. (Dos datos: el 59% de los comentarios incluyen los precios y el 10% establecen una relación calidad-precio.)

Los periódicos de Madrid y Barcelona son los que más comentarios incluyen sobre vinos que se venden al público a un precio superior a 50 euros la botella.

Por el contrario, los diarios regionales suelen atender con preferencia a la franja de precios por debajo de 20 euros, e incluso de 10 euros la botella. Para los interesados, hemos añadido al final una relación de periódicos y los precios de los vinos que cada uno de ellos publican, divididos en tres tramos: caldos de menos de 20 euros; de 21 a 50 euros y de más de 51 euros la botella.

Asimismo hemos incluido un ranking de capacidad de influencia relativa de cada diario ante los consumidores, en función de la cantidad de espacio que destinan a publicar noticias sobre vinos y bodegas y de las ventas medias diarias que ejemplares de cada cabecera.

Precios por tipos de vinos y por zonas

Muchas de las conclusiones que obtenemos en nuestro trabajo diario tienen un especial interés para marcas y bodegas concretas, ya que definen con precisión el relativo posicionamiento de imagen que les otorga dentro del sector vinícola el sistema de medios.

No obstante, un tercer y último asunto que hoy compartimos hace referencia a los precios medios de los distintos tipos de vinos publicados en la prensa en 2012, desagregados por Denominaciones de Origen y demás zonas productivas.

Pese a que puede cansar a muchos, estimamos que, leído con un cierto detenimiento, los datos de ese cuadro serán de mucho provecho para aquellos observadores pacientes y perspicaces

Relación de diarios por capacidad de influencia y presencia informativa por tipo de vino

(En el estudio se ha considerado la repercusión en el mercado nacional de vinos de toda la prensa, ya que si se analiza la repercusión por comunidades autónomas, los diarios regionales son los que tienen una alta capacidad de influir en sus respectivos territorios.)

La capacidad de influencia relaciona el espacio que cada diario destina a los vinos con su difusión media diaria

Tipo de vino	Presencia informativa %
Tinto Crianza	30,57
Tinto	13,43
Blanco	12,45
Tinto Reserva	8,68
Cavas	8,34
Blanco Crianza	4,72
Rosado	4,45
Blanco Joven	4,32
Tinto Joven	3,90
Tinto Gran Reserva	3,32
Dulce	1,64
Fino-Manzanilla	1,49
Espumosos	1,22
Moscatel	1,04
Blanco Reserva	0,21
Vermut	0,21

Cabeceras	*Capacidad de influencia %
El Mundo	20,5
El País	18,1
ABC	12,2
La Vanguardia	9,6
La Razón	5,7
El Correo	4,5
El Periódico	4,1
Expansión	4,0
Levante-EMV	2,6
El Diario Vasco	2,4
Heraldo de Aragón	2,2
La Gaceta de los Negocios	1,8
La Nueva España	1,7
El Norte de Castilla	1,6
Diario Sur	1,4
La Voz de Galicia	1,0
Ideal	0,8
Información	0,8
La Rioja	0,7
Faro de Vigo	0,7
El Diario Montañés	0,6
Las Provincias	0,5
La Verdad	0,5
Diario de Navarra	0,4
Cinco Días	0,4
El Comercio	0,4
El Economista	0,4
Hoy Diario de Extremadura	0,2
Última Hora	0,1

* La capacidad de influencia relaciona el espacio que cada diario destina a los vinos con su difusión media diaria

Relación de diarios y tramos de precios

*Datos en porcentajes

- Vinos de 20€ o menos
- Vinos entre 21 y 50 €
- Vinos de más de 50 €

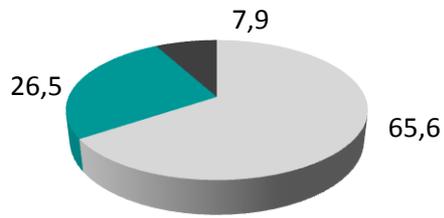


Relación de periódicos de difusión nacional por tramos de precios

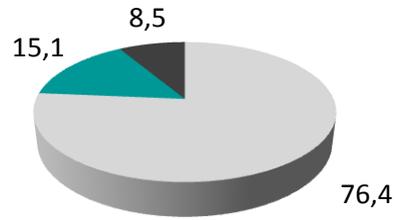
*Datos en porcentajes

- Vinos de 20€ o menos
- Vinos entre 21 y 50 €
- Vinos de más de 50 €

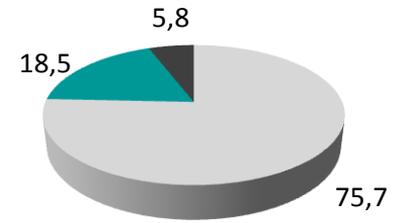
El Mundo



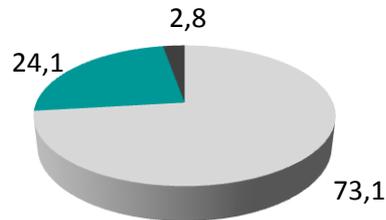
El País



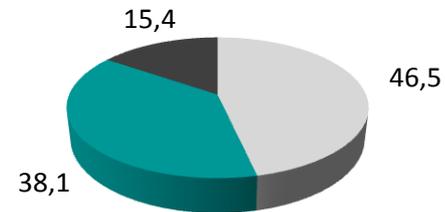
ABC



La Razón



La Gaceta

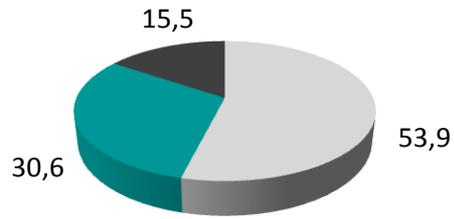


Relación de periódicos económicos de difusión nacional y de Barcelona por tramos de precios

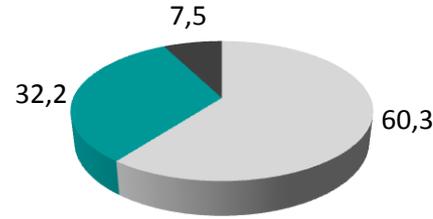
*Datos en porcentajes

- Vinos de 20€ o menos
- Vinos entre 21 y 50 €
- Vinos de más de 50 €

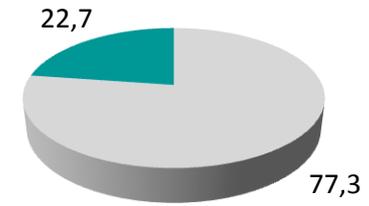
Expansión



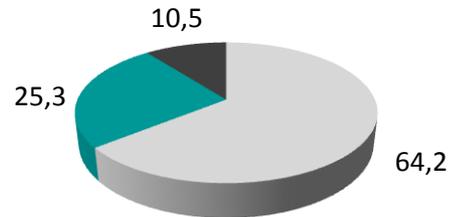
Cinco Días



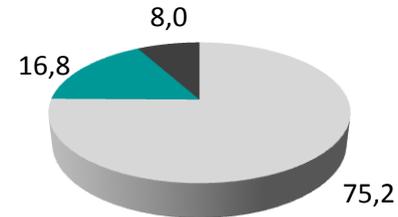
El Economista



La Vanguardia



El Periódico

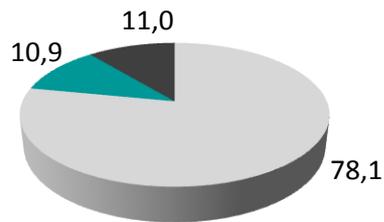


Relación de periódicos de difusión regional por tramos de precios (I)

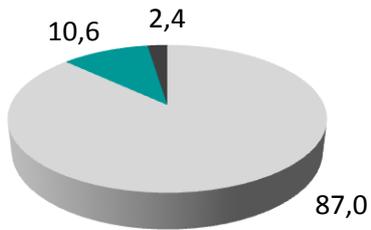
*Datos en porcentajes

- Vinos de 20€ o menos
- Vinos entre 21 y 50 €
- Vinos de más de 50 €

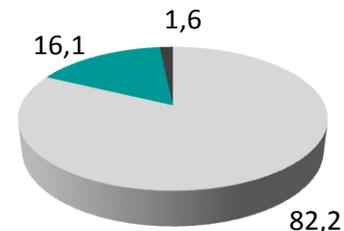
El Correo



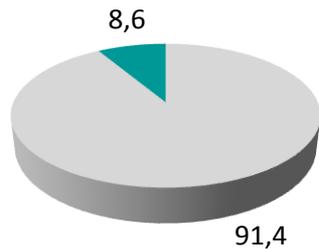
Levante-EMV



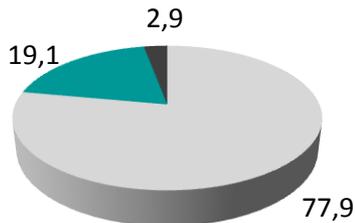
El Diario Vasco



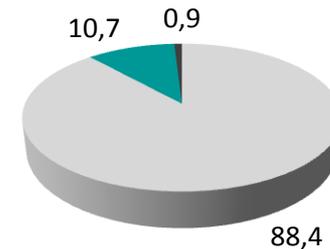
Heraldo de Aragón



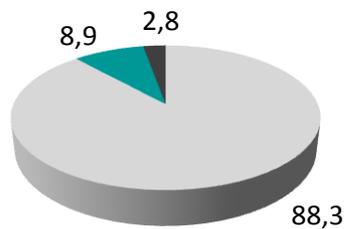
La Nueva España



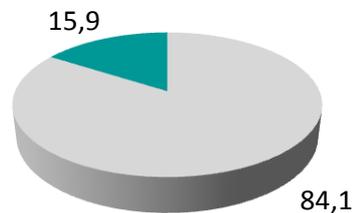
El Norte de Castilla



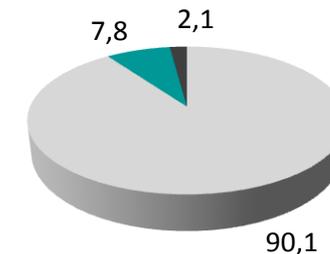
Diario Sur



La Voz de Galicia



Ideal

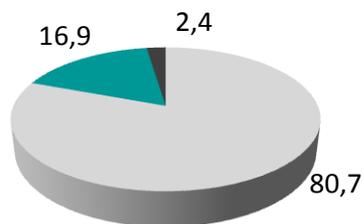


Relación de periódicos de difusión regional por tramos de precios (II)

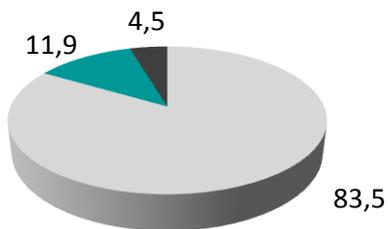
*Datos en porcentajes

- Vinos de 20€ o menos
- Vinos entre 21 y 50 €
- Vinos de más de 50 €

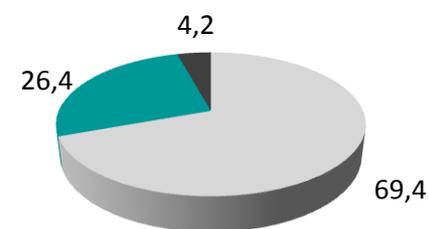
Información



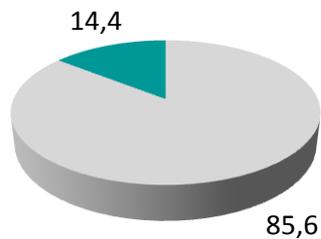
La Rioja



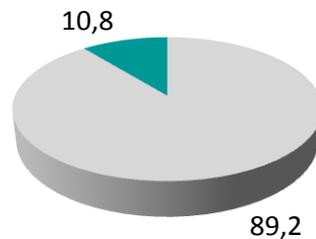
Faro de Vigo



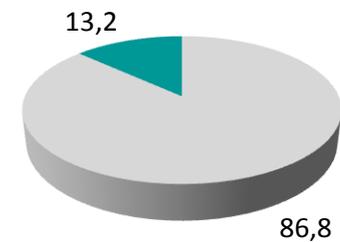
El Diario Montañés



Las Provincias



La Verdad

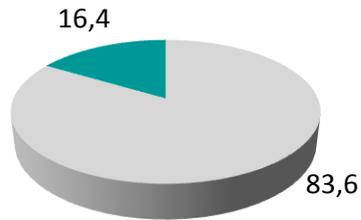


Relación de periódicos de difusión regional por tramos de precios (III)

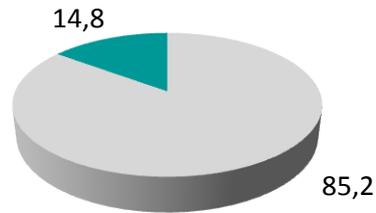
*Datos en porcentajes

- Vinos de 20€ o menos
- Vinos entre 21 y 50 €
- Vinos de más de 50 €

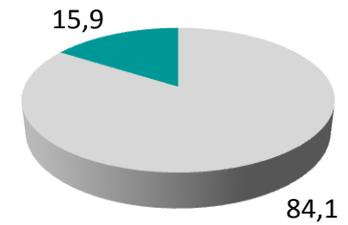
Diario de Navarra



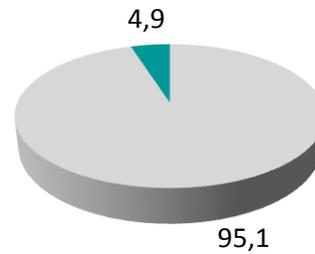
El Comercio



Hoy Diario de Extremadura



Última Hora



¡Tenemos respuestas si tiene preguntas!