vinetur

La gran distribución italiana vende menos vino barato y gana la gama media y alta

Los espumosos resisten mejor que los vinos tranquilos en un mercado de 3.200 millones de euros

martes 5 de mayo de 2026



La gran distribución italiana cerró 2025 con ventas de vino y espumosos por 3.200 millones de euros, según datos difundidos por Unione Italiana Vini a partir de la investigación Circana presentada en Vinitaly. El volumen total fue de 736 millones de litros, con una caída del 2,7%, mientras que el valor retrocedió un 0,5%.

El informe apunta a un cambio claro en el tipo de compra. El vino de consumo diario pierde peso, sobre todo en la franja de menos de 5 euros, que sigue siendo la mayor parte del mercado en volumen, con un 79%. Al mismo tiempo, ganan terreno las botellas entre 5 y 10 euros y las que superan los 10 euros.

La evolución no afecta a todas las categorías por igual. Los espumosos ya representan el 15% del volumen vendido en este canal y mantienen una evolución mejor que la de los vinos tranquilos. Dentro de ese grupo, los blancos y rosados muestran un comportamiento más favorable que los frizzanti y los tintos.

La lectura que hace el sector es que el consumidor compra menos cantidad, pero elige con más cuidado. La presión sobre el segmento más barato no responde solo a la inflación. También refleja un cambio en la composición de la oferta y en las preferencias del comprador.

En la mesa redonda citada por Unione Italiana Vini se abordaron también otros asuntos que afectan al canal moderno, como los vinos sin alcohol, las promociones, el papel del descuento, las marcas blancas y la relación entre industria y distribución. El mensaje común fue que supermercados, hipermercados, discount y venta online generalista ya no pueden basar su negocio solo en el volumen.

La organización italiana interpreta estos datos como una señal de premiumización en el canal masivo, con más peso para los vinos de mayor precio y para las referencias ligadas a ocasiones de consumo menos rutinarias.