vinetur

La gran transformación del alcohol llega al norte de Europa

Impuestos, compras fuera del monopolio y auge de formatos ligeros reordenan el mercado nórdico

jueves 18 de junio de 2026



El mercado nórdico de bebidas alcohólicas está cambiando más por la forma en que se reparte el gasto que por un aumento del consumo. Los datos disponibles de Finlandia, Noruega y Suecia muestran una caída de las ventas en volumen entre 2022 y 2025, mientras el valor aguanta mejor. La pauta común es clara: se compran menos litros, pero a precios medios más altos por litro, por efecto de los impuestos, del traslado de

gastos a los precios finales y de una cesta más orientada a productos con mayor valor añadido.

Ese movimiento afecta al vino, la cerveza, los espirituosos, los RTD y las bebidas sin alcohol. También obliga a mirar el mercado desde el consumo real y desde el canal de venta. En los países donde el monopolio estatal tiene más peso, la evolución no depende solo de lo que entra en caja en las tiendas públicas, sino también de parte del gasto que se desplaza a viajes, compras libres de impuestos, frontera y restauración.

Noruega ofrece uno de los casos más claros. Vinmonopolet pasó de vender 97,3 millones de litros en 2022 a 95,6 millones en 2023, 92,1 millones en 2024 y alrededor de 90 millones en 2025. Pese a esa bajada, sus ingresos apenas variaron: fueron 18.434 millones de coronas noruegas en 2022 y 18.707 millones en 2025. El precio medio observable subió así de 189,4 a 207,9 coronas por litro.

La propia empresa pública relaciona parte de esa caída del volumen con el aumento de los vuelos internacionales, la recuperación del tax free y las compras fronterizas en Suecia. El cambio no apunta a una retirada lineal del consumo de alcohol, sino a una modificación del lugar de compra y del tipo de producto elegido.

En ese mercado a la baja, Vinmonopolet señala además un cambio claro en la mezcla de categorías. Ganan cuota los vinos blancos, los espumosos y los rosados, junto con la cerveza, la sidra y las bebidas sin alcohol. Pierden terreno el vino tinto, los generosos y los espirituosos. Esa redistribución del gasto da una pista útil para productores y distribuidores: el consumidor noruego sigue comprando, pero selecciona más y se inclina por formatos ligeros o por referencias ligadas a ocasiones concretas.

Finlandia muestra una presión parecida, aunque con rasgos propios. El Instituto Finlandés para la Salud y el Bienestar, THL por sus siglas en inglés, sitúa el consumo total en 8,3 litros de alcohol puro por persona de 15 años o más en 2024, frente a 8,9 litros en 2022 y 8,7 litros en 2023. Para 2025, el organismo cifra en 6,9 litros el consumo registrado y advierte de que el dato total comparable está afectado por cambios metodológicos sobre importaciones y compras por internet.

Alko también refleja esa bajada. La compañía pasó de vender 80,3 millones de litros en 2022 a 65,7 millones en 2025. Sus ventas netas gravadas descendieron al mismo tiempo desde 1.187,3 millones hasta 1.028,6 millones de euros. Aun así, el precio medio observable aumentó de 14,79 a 15,66 euros por litro.

La estructura fiscal explica buena parte del precio final en Finlandia. Alko detalla que en una cerveza de 0,33 litros al 6,5% vendida a 4 euros, los impuestos especiales, las tasas y el reciclaje suponen el 35,5% del precio final y el IVA otro 20,3%. En una botella de vino de 0,75 litros al 12% con un precio de 10 euros, el impuesto especial representa el 35,8% y el IVA vuelve a ser del 20,3%. En un destilado de 0,7 litros al 40% vendido a 30 euros, el impuesto especial alcanza el 52,3%. La señal para el comprador es directa: cuanto mayor es la graduación alcohólica, mayor es la carga fiscal relativa.

THL añade otro dato relevante sobre la composición del consumo finlandés. La cerveza sigue siendo la mayor categoría dentro del consumo registrado, aunque los long drinks han ganado peso desde 2018. Esa evolución encaja con una cesta más orientada a bebidas listas para beber y opciones de menor graduación.

Suecia conserva el mercado observable más grande entre los países analizados con monopolio fuerte. Systembolaget registró 566 millones de litros vendidos en 2024 y 558 millones en 2025. Sus ventas netas fueron de 39.407 millones de coronas suecas en 2024 y de 39.046 millones en 2025. El precio medio se situó alrededor de las 70 coronas por litro.

Por categorías, Systembolaget mantiene al vino como primera partida por valor. En 2025 alcanzó los 19.439 millones de coronas suecas y quedó por delante de la cerveza fuerte, los espirituosos, los cider y mixed drinks y las bebidas sin alcohol. La lectura va más allá del liderazgo del vino: los espirituosos retroceden con más claridad que las mezclas listas para beber y que las alternativas sin alcohol.

La fiscalidad sueca también condiciona esa elección. Skatteverket fija tipos como 2,28 coronas por litro y grado alcohólico para la cerveza por encima del 2,8%, 29,58 coronas por litro para vino y bebidas fermentadas entre el 8,5% y el 15%, y 526,97 coronas por litro de alcohol puro para etanol. A eso se suma un IVA del 25%. El resultado es un

comprador muy atento al equilibrio entre precio final, graduación alcohólica, marca y ocasión de consumo.

Dinamarca ocupa una posición distinta porque no tiene un monopolio minorista estatal comparable al noruego, sueco o islandés. Allí pesan más el precio en supermercado, la promoción comercial y la rotación rápida del lineal. Statistics Denmark publica un consumo de 9,7 litros de alcohol puro por persona mayor de 18 años en 2022, que bajó a 9,3 litros en 2023 y a 9,1 litros en 2024. La actualización correspondiente a 2025 está prevista para este viernes, 19 de junio.

La autoridad danesa ofrece además ejemplos concretos sobre carga fiscal al consumidor: alrededor de una corona danesa en impuestos especiales para una lager de 33 centilitros al 4,6%, unas ocho coronas para una botella de vino de mesa de 75 centilitros y unas 55 coronas para un espirituoso de un litro al 37%. En ese escenario abierto al comercio minorista generalista, la cesta depende mucho más del precio de entrada, del multipack y de la conveniencia.

Islandia combina un tamaño reducido con precios altos y poco margen para crecer por volumen. Statistics Iceland sitúa el crecimiento real del PIB en el 0,5% en 2024 y en el 1,3% en 2025. Al mismo tiempo, el consumo de alcohol puro por persona de 15 años o más bajó desde los 8,1 litros en 2022 hasta los 7,7 litros en 2023 y los 7,6 litros en 2024. El volumen total de alcohol puro permaneció cerca de los 2,4 millones de litros.

A esa limitación se suma el nivel general de precios. En Islandia, las bebidas alcohólicas estaban un 36% por encima de la media de la Unión Europea en 2023. Con ese marco comercial y fiscal, se trata más bien de un mercado apto para pocas referencias bien posicionadas que para estrategias basadas en grandes volúmenes.

Las diferencias entre países vienen marcadas sobre todo por el canal. Finlandia combina Alko con una red alimentaria importante para cerveza y bebidas de menor graduación. Noruega y Suecia mantienen monopolios fuertes para vino, espirituosos y cervezas con más alcohol. Islandia conserva la venta estatal mediante Vínbúðin/ÁTVR. Dinamarca funciona con distribución abierta. Esa arquitectura cambia tanto la formación del precio como la manera en que se mueve cada categoría.

Para las empresas exportadoras que miran al norte de Europa, la lectura comercial es directa. Finlandia ofrece espacio para long drinks, cerveza, vinos blancos, RTD bien construidos y bebidas sin alcohol. En Noruega aparecen oportunidades más claras para blancos, espumosos, rosados, sidra y alcohol-free. En Suecia el vino sigue siendo la primera categoría por valor mientras mixed drinks y referencias sin alcohol mantienen margen para ganar peso. En Dinamarca mandan más el precio inicial y la facilidad de compra. En Islandia conviene trabajar pocas referencias con posicionamiento claro.

Las bebidas sin alcohol han dejado además de ser una categoría secundaria dentro del lineal nórdico. Vinmonopolet pasó de vender más de1,3 millones de litros en esta categoría durante 2024 a alrededor de1,5 millones en 2025. En Suecia, su valor subió desde273 millones hasta291 millones de coronas entre esos dos años.

Las fuentes comparables siguen ofreciendo poca segmentación fina por edad o sexo. Statistics Denmark advierte incluso que sus series fiscales no permiten ese nivel de detalle por grupos concretos de población. Lo que sí aparece medido con claridad es otra cosa: menos litros vendidos dentro del monopolio o del canal registrado tradicional; mayor selección dentro de la cesta; presión fiscal alta sobre las bebidas con más graduación; y más peso relativo para formatos ligeros o listos para beber dentro del mercado nórdico.