vinetur

Europa bebe menos y acelera el giro hacia opciones sin alcohol

Cerveza y vino conservan sus bastiones regionales, pero ambos pierden volumen en casi todo el continente

martes 30 de junio de 2026



Europa llega a 2026 con un reparto bastante definido entre cerveza y vino. La cerveza mantiene más peso en buena parte de Europa central, oriental y atlántica por volumen, mientras el vino conserva una posición principal en los países mediterráneos y alpinos, tanto por tradición como por consumo por adulto en varios mercados. Los datos abiertos más recientes de la Organización Internacional de la Viña y el Vino, Eurostat, la

OMS y Brewers of Europe dibujan un mapa con dos grandes bloques: Chequia, Austria, Alemania, Polonia y Rumanía figuran entre los países con mayor consumo cervecero por habitante, y Portugal, Francia, Italia, Suiza y España aparecen entre los principales mercados del vino.

La pauta común no es de expansión. Desde 2020 se bebe menos en términos de volumen y el consumo se reparte más entre ocasiones concretas, formatos sin alcohol o de baja graduación y productos con mayor precio medio. En cerveza, la producción de la Unión Europea pasó de 367,4 millones de hectolitros en 2019 a 345,4 millones en 2024. En vino, el dato más reciente de la OIV sitúa el consumo mundial de 2025 en 208 millones de hectolitros, el nivel más bajo desde 1957. Esa caída también se aprecia en muchos mercados europeos maduros, aunque Portugal y Rumanía registraron una evolución mejor que la media.

La moderación gana terreno en casi todo el continente. La cerveza sin alcohol ya supone el 7,5% de las ventas cerveceras en la UE tras aumentar cerca de un 25% en cinco años. En Alemania, este segmento ya supera el 10% del mercado minorista en facturación, según la patronal cervecera del país. A esa tendencia se suman otros factores: más presión fiscal, diferencias amplias de precios entre países y cambios en los hábitos de consumo. El resultado es un mercado donde pesa menos la rutina diaria y más la ocasión social.

El cinturón cervecero europeo sigue teniendo su centro en Chequia. El país alcanzó 126 litros por persona en 2024, la cifra más alta entre los mercados comparables analizados por Brewers of Europe. Aun así, también allí hay descenso frente a 2020, cuando el consumo era de 135 litros por habitante. Austria registró 98 litros per cápita; Alemania, 88; Polonia, 86; y Rumanía, 83. Son cifras altas dentro del continente, pero todas muestran una pérdida de volumen respecto a los años previos.

Alemania ofrece uno de los ejemplos más claros del cambio. La cerveza sigue siendo la bebida principal del país por volumen, pero las ventas bajan. En 2025 se comercializaron 7.800 millones de litros, un 6% menos que un año antes y por primera vez por debajo de los 8.000 millones. El vino también retrocede: pasó de 19,8 millones de hectolitros en 2020 a 17,8 millones en 2025. La diferencia es que la cerveza sin

alcohol gana espacio y compensa parte del deterioro del mercado tradicional.

Polonia mantiene una base muy ligada al supermercado y al consumo fuera de la hostelería. El canal off-trade representa el 92% del mercado cervecero. Irlanda presenta el patrón contrario: el pub sigue siendo central y el on-trade alcanza el 64%, uno de los porcentajes más altos de Europa. Reino Unido también conserva una fuerte cultura del pub, aunque con una mezcla más repartida entre cerveza, vino y sidra.

En Reino Unido pesa además la reforma fiscal basada en graduación alcohólica. Las tasas oficiales aplicadas desde febrero fijan importes distintos según categoría y contenido alcohólico: £22,58 por litro de alcohol puro para cerveza, £10,39 para sidra no espumosa y £26,61 para espirituosos y ciertos tramos de vino y espumoso. Ese sistema influye en surtidos, tamaños de envase e importaciones. En vino ya se ha notado: las compras británicas al exterior bajaron a 11,9 millones de hectolitros en 2025.

Frente al bloque cervecero aparece el arco del vino. Portugal encabeza la clasificación europea por consumo per cápita con 62 litros por adulto en 2025 y un total de 5,6 millones de hectolitros. Francia registró 39,7 litros; Italia, 38,6; Suiza, 30,7; España, 22,5; y Austria, 30,4. En estos países el vino mantiene una posición cultural fuerte y sigue ligado a la gastronomía y al consumo doméstico o social.

Portugal es uno de los pocos casos donde suben a la vez vino y cerveza. El vino pasó de 4,4 millones de hectolitros en 2020 a 5,6 millones en 2025. La cerveza avanzó desde 46 hasta 59 litros per cápita entre 2020 y 2024. También es uno de los mercados donde más pesa la hostelería: el on-trade representa el 68% del consumo cervecero. Esa dependencia hace que turismo y restauración tengan un efecto directo sobre las ventas.

Francia sigue siendo un gran país del vino pese al descenso del consumo cotidiano. En 2025 bebió 22 millones de hectolitros frente a los 23,2 millones de 2020. La cerveza permanece estable en torno a los 33 litros per cápita. Además del mercado interno, Francia conserva una posición principal en exportación: fue el mayor exportador mundial por valor ese mismo año con 11.200 millones de euros.

Italia muestra una evolución parecida. El vino cayó desde 24,2 millones de hectolitros en 2020 hasta 20,2 millones en 2025. La cerveza mejoró algo frente a los años posteriores a la pandemia y llegó a 36 litros per cápita en 2024, pero sigue lejos del peso del vino dentro del país. Los blancos y espumosos resisten mejor que los tintos tradicionales tanto en Italia como en otros mercados del sur europeo.

España ocupa una posición intermedia. La cerveza domina muchas ocasiones sociales ligadas a bares, terrazas y restauración, mientras el vino conserva peso cultural y gastronómico. Según Brewers of Europe, el consumo cervecero fue de 53 litros per cápita en 2024 y el canal hostelero concentró el 63% del mercado. Según la OIV y la Interprofesional del Vino de España, el consumo aparente de vino alcanzó 9,4 millones de hectolitros a noviembre de 2025, con una caída interanual del -5,2%, y un promedio per cápita de 22,5 litros.

Ese reparto convierte a España en uno de los mercados mixtos más claros del continente. La cerveza tiene ventaja por frecuencia y presencia en hostelería; el vino mantiene valor simbólico y comercial pero pierde terreno en el hogar. El ajuste afecta sobre todo al tinto tradicional y abre espacio para blancos, espumosos y referencias pensadas para momentos sociales menos formales.

Suiza y Austria completan ese grupo híbrido entre cultura vinícola y fuerte presencia cervecera. Suiza registró 30,7 litros per cápita de vino en 2025 frente a 49 litros de cerveza en 2024. Austria anotó 30,4 litros de vino por adulto y 98 litros de cerveza por persona. En ambos casos se trata de mercados maduros con poco margen para crecer por volumen.

Rumanía merece una mención aparte porque combina una base cervecera amplia con una mejora visible del vino nacional. La cerveza bajó desde 87 hasta 83 litros per cápita entre 2020 y 2024, pero el vino subió desde 2,6 hasta 3,5 millones de hectolitros entre 2020 y 2025. Es uno de los pocos países europeos donde esta categoría avanza mientras cae en buena parte del continente.

Grecia presenta otro perfil singular. La cerveza ganó terreno tras la pandemia gracias al peso del turismo y alcanzó los 41 litros per cápita en 2024 frente a los 28 litros registrados en 2020. El on-trade supone allí el51% del mercado cervecero. En cambio,

no hay todavía una serie abierta homogénea que permita fijar con igual precisión qué bebida lidera todo el mercado griego durante este año.

Los países nórdicos forman un bloque distinto por regulación y precios. Suecia mantiene el monopolio minorista estatal Systembolaget; Noruega reserva a Vinmonopolet la venta al consumidor de vino, espirituosos y cerveza fuerte; Finlandia también opera con canales restringidos para parte del mercado alcohólico. En estos países no siempre existe una serie abierta comparable que permita ordenar las categorías comerciales con detalle suficiente para todo el periodo reciente.

La diferencia entre países también se ve con claridad en los precios. Eurostat situó a Finlandia como el Estado miembro con bebidas alcohólicas más caras en 2025: un107% por encima de la media comunitaria. Italia figuró un18% por debajo. Entre los países europeos fuera de la UE analizados por Eurostat, Islandia y Noruega mostraron niveles aún superiores a cualquier socio comunitario. Esa distancia condiciona cuánto compra cada consumidor, dónde lo hace y qué margen tienen las marcas para vender productos con mayor precio medio.

El canal hostelero tampoco ha recuperado su peso anterior a la pandemia dentro del conjunto europeo. Antes representaba alrededor de un tercio del consumo cervecero; ahora ronda una cuarta parte del mercado continental. Aun así hay diferencias amplias según país: Portugal llega al68%, Irlanda al64%, España al63%, Grecia al51% y Reino Unido al42%. En Alemania ese porcentaje baja al14%; en Rumanía al10%; en Polonia al8%; y en Estonia al7%. Eso explica por qué algunos mercados dependen mucho más del bar o restaurante que otros.

En vino faltan series paneuropeas tan homogéneas como las disponibles para cerveza por canal comercial. Aun así las fuentes nacionales muestran que buena parte del consumo doméstico pasa por gran distribución. En FranciaAgriMer se estima que alrededor del90% de las compras para beber en casa se realizan a través de supermercados, descuento duro u online.

El comercio electrónico sigue teniendo un papel menor dentro del alcohol europeo si se compara con otras categorías alimentarias o con bienes culturales. IWSR calcula que el canal online representó el3,5% del valor total mundial del alcohol en 2024 y prevé una

cuota similar para 2025 antes de nuevas subidas graduales posteriores. No existe una serie oficial abierta comparable para todos los países europeos por tipo de bebida durante este año.

Los espirituosos mantienen otra lógica distinta a la cerveza o al vino: pesan más por valor que por volumen y dependen mucho del comercio exterior. spiritsEUROPE cifró las exportaciones comunitarias del sector en8.840 millones de euros durante 2024, un2% menos interanual. Reino Unido e Irlanda siguen siendo plazas importantes para estas categorías dentro del consumo interno europeo.

En demografía también aparecen señales comunes para casi toda Europa: menos hábito diario y mayor polarización entre grupos sociales y edades. Eurostat indicó que solo el8,4% de la población comunitaria mayor de15 años bebía alcohol cada día en su última comparación paneuropea abierta sobre frecuencia regular; además algo más de una cuarta parte no había consumido alcohol durante los12 meses anteriores o nunca lo había hecho. La OCDE situó el binge drinking mensual medio en27% entre los países con datos comparables para 2023.

Con ese panorama general, Europa entra en esta segunda mitad del año con dos certezas estadísticas bastante firmes: se bebe menos volumen que hace unos años y cada categoría depende más del momento concreto de consumo que del hábito fijo semanal o diario. La cerveza conserva su base principal en Europa central y atlántica; el vino sigue mandando en buena parte del sur; pero ambos pierden terreno cuando se miran las cifras agregadas a largo plazo.

La consecuencia práctica es un mercado más fragmentado que antes incluso dentro de países vecinos o culturalmente próximos. Portugal e Italia siguen apoyándose mucho en su tradición vinícola; Alemania e Irlanda continúan ligadas a la cerveza; España combina ambas lógicas; Reino Unido añade además un papel propio para sidra y espirituosos; mientras Suecia o Finlandia quedan marcadas sobre todo por regulación pública e impuestos altos.

Las fuentes abiertas consultadas coinciden además en otro punto: no hay una sola bebida ganadora para toda Europa ni una recuperación uniforme tras la pandemia. Lo que sí aparece con claridad es un desplazamiento hacia productos sin alcohol o con

menos graduación, compras más selectivas y mayor dependencia del precio final según país, canal comercial e impuestos aplicados.