vinetur

# Australia convierte el vino en una experiencia social para atraer consumidores

Wine Australia impulsa festivales, catas y maridajes ante un público que elige bebida según la ocasión

lunes 3 de agosto de 2026



Los consumidores australianos están dando más valor a las experiencias ligadas al vino, la gastronomía y la relación social, según datos difundidos por Wine Australia. La entidad sostiene que una parte cada vez mayor del público busca propuestas memorables, con componente sensorial y pensadas para compartir, y que en ese

cambio pesan tanto el entorno y la estética como la bebida en sí.

La investigación de Wine Australia recoge que el 59% de los australianos quiere que su elección de bebida mejore la experiencia completa de salir, mientras que el 61% afirma que escoge qué beber en función de la ocasión. A partir de esos resultados, la organización impulsa su plataforma “We make a wine for that”, con la que pretende acercar al consumidor la variedad del vino australiano.

Wine Australia recuerda que en el país se cultivan más de 120 variedades de uva repartidas en 65 regiones vinícolas. Con esa base, la entidad plantea una campaña centrada en experiencias y citas presenciales para animar al público a conocer nuevas referencias, volver a variedades conocidas y acercarse a las historias de productores y territorios.

Desde agosto se celebrarán actividades en distintos puntos del país. Entre ellas figura el festival Dark Side of Wine, en Rutherglen, en el estado de Victoria; Taste Port Douglas, en Queensland, con cuatro días dedicados a la comida y la bebida; y The Hidden Cellar, una propuesta subterránea en Nueva Gales del Sur.

La programación también incluye el Coonawarra Roadshow Adelaide y la cena Kangaroo Island Wine Dinner, ambas en Australia Meridional. En Sídney se celebrará To Infinity and Aphelion at Infinity by Mark Best, una cita que unirá vinos de Aphelion con una experiencia gastronómica diseñada para poner el foco en el origen regional y los sabores. En Australia Occidental se anuncia Italian Vibes at Olive Farm Wines, mientras que en Canberra tendrá lugar Saturday Social Club x Linear Wines, con vinos locales y platos para compartir.

Wine Australia presenta estas actividades como una vía para acercar el vino a perfiles distintos de público, desde aficionados habituales hasta personas con interés reciente. La oferta incluye catas guiadas, maridajes, almuerzos largos, visitas a bodegas y festivales regionales repartidos por todo el país.

Polly Mackarel, sumiller jefe de Infinity by Mark Best y responsable de la carta de vinos australianos del restaurante, afirma que muchas de las experiencias más recordadas empiezan cuando el consumidor prueba algo fuera de sus hábitos. A su juicio, cada vez

ve a más clientes elegir variedades menos conocidas, acercarse a nuevas regiones o aceptar recomendaciones que les llevan a botellas inesperadas.

Mackarel añade que una de las claves del vino está en su capacidad para vincular a las personas con un lugar, un productor o un momento compartido alrededor de una mesa. En su opinión, la amplitud de estilos del vino australiano hace posible encontrar opciones nuevas en cualquier fase del recorrido del consumidor.

Dorianne Neimard, responsable de vino en Merivale, sostiene por su parte que el apoyo a los productores australianos forma parte central de la estrategia del grupo. Explica que durante agosto ofrecerán una selección de vinos australianos en varios de sus locales para dar a los clientes la posibilidad de conocer mejor la amplitud y la calidad de esa oferta.

Neimard añade que Merivale busca crear experiencias propias para cada cliente y que ese objetivo pasa también por dar espacio a elaboradores del país. La directiva señala que esa programación permitirá al público probar referencias nuevas al tiempo que se pone en valor la producción vinícola australiana.

La iniciativa llega en un momento en el que el sector intenta conectar con consumidores interesados no solo en el producto final, sino también en el origen, el formato del encuentro y la dimensión social del consumo. Wine Australia considera que las comidas compartidas, los sabores locales y las visitas a regiones productoras son parte central de ese vínculo entre vino y experiencia.