vinetur

El vino ruso gana espacio en las tiendas sin elevar su cuota de ventas

Las referencias nacionales ya superan el 36% del surtido medio pese al retroceso en vino tranquilo

viernes 28 de agosto de 2026



El vino ruso ha ganado espacio en las tiendas durante el primer semestre de 2026, pero esa mayor presencia no se ha traducido en una cuota mayor de ventas. Roskachestvo informó este viernes, 28 de agosto, de que las referencias nacionales ya

ocupan, de media, más del 36% del surtido de vino en las cadenas analizadas, por encima del mínimo del 20% que el Gobierno ruso prevé fijar para la distribución a partir del 1 de marzo de 2027.

El avance ha sido claro en casi todos los formatos. En las tiendas de proximidad, la proporción de referencias rusas pasó del 25,8% al 37,55%, lo que supone 11,75 puntos porcentuales más que un año antes. En los hipermercados subió hasta el 29,67%, con un aumento de 8,1 puntos. En los supermercados alcanzó el 24,57%, 7,1 puntos más. En las tiendas especializadas en alcohol llegó al 28,97%, con 5,32 puntos adicionales, y en las cadenas de descuento se situó en el 37,5%, 3,7 puntos más. La menor presencia se da en las vinotecas, donde la media quedó en el 16,5%, apenas 1,3 puntos por encima del año anterior.

El estudio de Roskachestvo y la consultora BLG-Service se realizó en 349 establecimientos de 53 cadenas y 15 regiones de Rusia durante el primer y el segundo trimestre del año. La auditoría mide cuántas referencias rusas hay en el surtido de cada tienda y también revisa su colocación, la señalización y las acciones de promoción dentro del local. Esa foto del lineal no coincide de forma automática con la cuota de ventas, porque se trata de indicadores distintos: uno refleja presencia física y el otro, el peso real de las compras.

La distancia entre regiones y formatos sigue siendo amplia. Roskachestvo sitúa el máximo en algunas cadenas regionales, donde el vino ruso llega al 72% del surtido. En la región de Sverdlovsk se alcanzó ese nivel en varias tiendas analizadas, mientras que en el Extremo Oriente la proporción llegó al 63%. Por formatos, la cadena Samberi encabezó los hipermercados con un 63%; Kirovsky fue la primera entre las tiendas de proximidad con un 72%; Gorilka obtuvo el mismo 72% entre las tiendas especializadas en alcohol, y Krasny Yar lideró los supermercados con un 51%.

Moscú y su área metropolitana aparecen en cabeza en otro indicador: el número de referencias disponibles. En los hipermercados Auchan, los auditores contaron 421 vinos rusos, y en Globus, 412. En el extremo opuesto figuran algunos formatos muy especializados. SimpleWine dejó la cuota rusa en el 9% de su surtido y KuulKlever, bajo la enseña Otdokhni, en el 14%.

Roskachestvo atribuye la mayor implantación del vino ruso en la distribución regional a una mezcla de demanda y economía de suministro. El organismo señala que las botellas nacionales concentran la mayor parte de las ventas en la franja de hasta 800 rublos en el lineal y que los grandes productores pueden trabajar de forma directa con cadenas regionales, lo que acorta la cadena de suministro y facilita precios más bajos. Aun así, el volumen total del mercado sigue muy concentrado en las diez mayores cadenas federales, que cuentan con una red de tiendas mucho más amplia que la de los operadores regionales.

Pese al aumento de referencias, los datos de participantes del mercado del alcohol muestran una evolución distinta en caja. Entre enero y junio, la cuota del vino ruso en el total de ventas bajó del 60,2% al 59,5%, una caída de 0,7 puntos. En los espumosos, el descenso fue del 71,7% al 70,9%, 0,8 puntos menos. El vino tranquilo ruso vendió 17,02 millones de decalitros, equivalente a 170,2 millones de litros, un 4,9% menos que un año antes. Esa caída supone cerca de 0,88 millones de decalitros menos, unos 8,8 millones de litros. El espumoso sí avanzó: subió un 2,3% hasta 7,38 millones de decalitros, es decir, 73,8 millones de litros, alrededor de 1,7 millones de litros más.

La lectura que hacen varias voces del sector es que el problema ya no está tanto en entrar en la estantería como en convencer al comprador. La subdirectora de Roskachestvo, Elena Saratseva, sostiene que el vino ruso ya ha superado la barrera de la disponibilidad física en buena parte de la gran distribución y que la siguiente fase depende del tirón de la demanda. En la misma línea, el director general de BLG-Service, Alexéi Bulgar, afirma que el aumento de referencias por sí solo no garantiza ventas y que pesan factores como la navegación dentro de la tienda, la visibilidad extra y la claridad de la información para el cliente.

La Asociación de Compañías de Comercio Minorista, que agrupa a grandes distribuidores, sostiene que muchas cadenas federales ya cumplen en la práctica con el umbral del 20% que prepara el Ministerio de Industria y Comercio. La organización cifra la presencia del producto ruso en un rango de entre el 13% y el 25% del surtido de vinos tranquilos, en función del formato, y por encima del 40% en espumosos. También apunta que, según el tipo de tienda, la oferta puede ir de 40 a más de 560 vinos rusos distintos. La propia asociación avisa de que, si la cuota mínima pasa a ser obligatoria,

la producción nacional tendrá que cubrir la demanda en todos los tramos de precio para evitar tensiones en la oferta.

No todas las empresas ven esa futura cuota del mismo modo. Alexander Lipilin, director ejecutivo de la comercializadora Fort, considera que el límite del 20% sería más problemático para las vinotecas muy especializadas, sobre todo las centradas en un solo país o en un estilo concreto. En cambio, el empresario Evgueni Nichipuruk, propietario de la cadena Rakovaya, no aprecia la necesidad de medidas adicionales del Estado para impulsar el vino ruso en hostelería y restauración, porque la oferta local, a su juicio, va ganando terreno de forma gradual.

Roskachestvo añade que el surtido nacional se está ampliando por segmentos, desde las gamas de gran consumo hasta elaboraciones de pequeñas bodegas, y que los vinos rusos con certificación ecológica ya superan las 50 referencias. El seguimiento del mercado se realiza cada trimestre desde finales de 2024 por iniciativa de los ministerios rusos de Agricultura e Industria y Comercio.