vinetur

El vino barato concentra la mayor pérdida del mercado mundial del vino

Tintos y rosados sufren la caída más fuerte con un retroceso del 28,3% en volumen

jueves 3 de septiembre de 2026



Este jueves, 3 de septiembre, nuevos informes elaborados a partir de presentaciones de Wine Australia han vuelto a situar el foco en la parte más débil del mercado mundial del vino: el gran volumen de menor precio. Los datos, basados en estimaciones de

IWSR y leídos sobre gráficos mostrados en la actualización de mercado de 2026 de la entidad australiana, apuntan a que el segmento comercial y de valor pasó de unas 2.350 millones de cajas equivalentes de nueve litros en 2017 a unas 1.850 millones en 2025. Son unas 500 millones de cajas menos, lo que equivale a un descenso del 21,3%.

La otra mitad del mercado dibuja una evolución distinta. En el mismo periodo, el vino prémium y de gama superior se habría mantenido cerca de 400 millones de cajas, con pocos cambios en volumen. Esa diferencia sugiere que la pérdida no se reparte por igual entre todas las franjas de precio, sino que se concentra en el vino más barato y de mayor rotación.

Las cifras fueron presentadas en Adelaida durante una jornada sectorial de Wine Australia dedicada a la situación del mercado internacional. En esas sesiones participaron, entre otros, Peter Bailey, responsable de análisis de mercado, y Paul Turale, responsable de desarrollo de mercados. El material manejado por ambos muestra una caída del consumo de vino en litros, al tiempo que el valor medio al por menor por litro mantiene una trayectoria al alza desde 2016 y sigue con previsión de subida hasta 2030.

La división por colores refuerza ese diagnóstico. El consumo conjunto de tintos y rosados habría pasado de alrededor de 1.590 millones de cajas en 2017 a unas 1.140 millones en 2025. La reducción ronda los 450 millones de cajas, un 28,3%. En blancos, la bajada es menor: de unas 850 millones de cajas a 730 millones, es decir, 120 millones menos y un 14,1% de retroceso.

La comparación entre ambos bloques deja una pauta clara. Los tintos y rosados pierden casi cuatro veces más volumen que los blancos en términos absolutos y cerca del doble en términos relativos. Para el sector, eso apunta a un cambio de preferencias dentro del vino, no solo a un recorte general del consumo.

El deterioro también aparece con nitidez en el último ejercicio disponible. Entre 2024 y 2025, el vino tranquilo cayó un 4,5% y el espumoso un 2,4%, frente al -2% del conjunto de las bebidas alcohólicas, siempre según IWSR en las cifras presentadas por Wine Australia. En ese mismo periodo, la cerveza bajó un 1,7% y los espirituosos un 3,0%, mientras que los RTD, las bebidas listas para tomar, subieron un 2,5% y las referencias

sin alcohol avanzaron un 8%.

Ese cruce de datos coloca al vino en una posición delicada frente a otras categorías. El vino tranquilo pierde más del doble que la media del conjunto alcohólico y también cae más que la cerveza y el espumoso. Los únicos segmentos con avance son los RTD y las bebidas sin alcohol, dos áreas que recogen parte del consumo ocasional y de la búsqueda de formatos más simples o con menor carga alcohólica.

La lectura que hace Wine Australia no pasa por una caída uniforme del vino como categoría. Más bien apunta a una redistribución de la demanda. El volumen se reduce sobre todo en las gamas bajas y, dentro del producto, en los tintos y rosados. El tramo prémium resiste en volumen y el valor medio por litro sigue subiendo, de modo que menos botellas no implica automáticamente menos valor para todas las empresas por igual.

Las propias presentaciones de la entidad australiana ligan esa evolución a cambios en el comportamiento del consumidor. Paul Turale expuso que el trabajo comercial de Wine Australia se dirige a consumidores de 25 a 44 años que ya participan en ocasiones de consumo de alcohol, pero no eligen vino de forma espontánea. En la misma jornada, también se manejó un dato de IWSR sobre Generación Z en edad legal: la tasa de consumo en quince mercados clave se sitúa en el 74%, frente al 66% de hace tres años, en niveles próximos a los del conjunto adulto.

Ese planteamiento aleja la idea de una retirada total de los jóvenes del alcohol y desplaza la cuestión hacia qué tipo de bebida eligen, en qué momento y a qué precio. Para el vino, el problema no parece estar solo en captar nuevos consumidores, sino en encajar mejor en ocasiones de consumo donde otras categorías están ganando terreno.

Wine Australia también ha vinculado estas cifras a decisiones de producción. La organización trabaja en un registro nacional de viñedo para conocer con más precisión superficie plantada, arranques recientes y oferta potencial de uva en próximos años. La intención, según la entidad, es ajustar mejor la oferta a la demanda y dar más información al sector sobre precios, plantaciones y planificación.

Las cifras absolutas difundidas en esta ocasión deben leerse como aproximaciones, ya que proceden de gráficos presentados por Wine Australia con base en IWSR y no de una serie estadística primaria publicada con detalle el mismo día. Aun así, el dibujo general es consistente: el grueso de la pérdida del mercado mundial del vino se concentra en el segmento comercial y en los tintos y rosados, mientras las gamas altas se mantienen cerca de los niveles de hace ocho años.