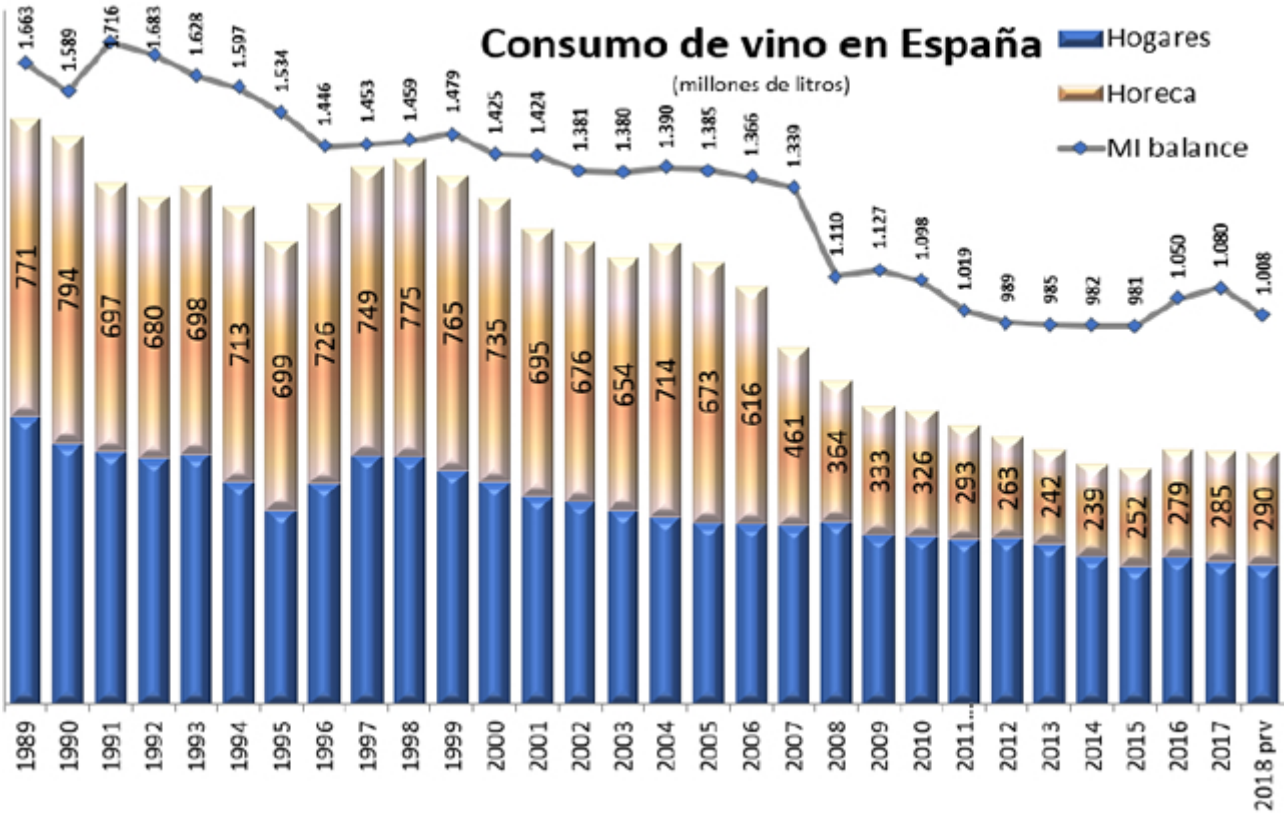
vinetur

Radiografía del consumo de vino en España

El consumo de vino en España gana terreno en canales cada vez más complejos y diversificados

miércoles 27 de mayo de 2020

Estudio impulsado por la Interprofesional del Vino de España (OIVE) y ejecutado por el Observatorio Español del Mercado del Vino (OeMV) que ofrece información indispensable para los operadores en estos momentos de cambio a la hora de encontrar nuevas vías de distribución.



El vino está siendo un sector muy castigado en esta pandemia. Además de la desaceleración de las exportaciones por el bloqueo de fronteras, el cierre del sector horeca (hoteles, restaurantes y cafeterías) ha provocado la paralización en sus ventas en este canal estratégico para el vino.

La Organización Interprofesional del Vino de España (OIVE) ha impulsado un trabajo extenso y riguroso sobre la realidad del consumo de vino en España, para saber cuánto vino se consume, de qué tipo y, sobre todo, por qué canales de distribución llega a los consumidores. Una información indispensable para encontrar nuevas vías de distribución para el vino y tener una radiografía lo más precisa posible de cómo llega el vino al consumidor en España.

El estudio ha sido realizado por el Observatorio Español del Mercado del Vino (OeMv) durante el año 2019 y reúne cifras referidas al ejercicio 2018. El informe engloba datos estadísticos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), así como de la empresa de investigación de mercados Nielsen, que ha desarrollado, en particular, la parte referida a vinotecas. Junto a la recopilación global sobre consumo de vino en España, el OeMv ha realizado trabajos específicos sobre clubs de vino, ventas de vino online desde empresas distintas de los grandes distribuidores, y autoconsumos y ventas directas desde bodega.

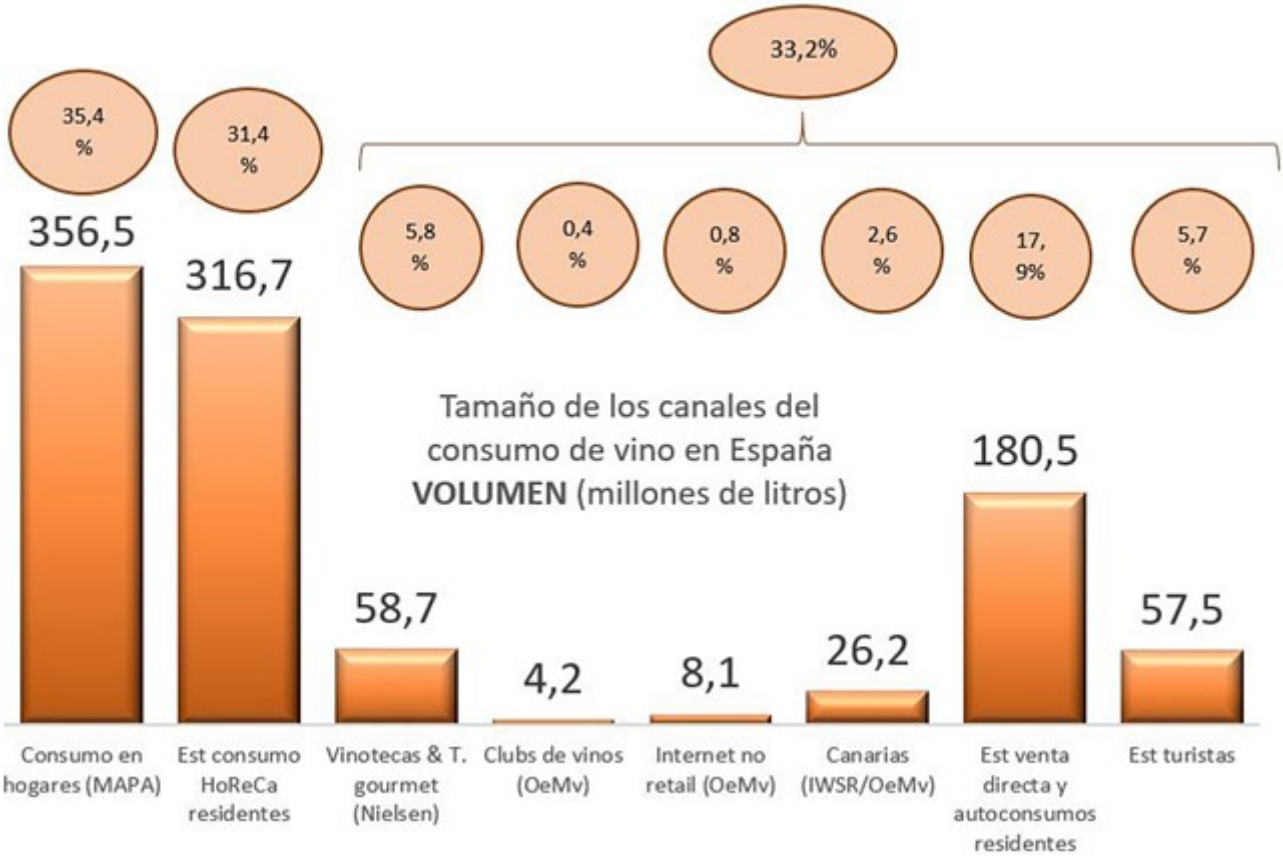
Tendencia al alza antes de la crisis de la Covid-19

La estimación global del consumo de vino en España se desprende de los datos del MAPA recogidos en el informe vitivinícola español o Sistema de Información de Mercados del Sector Vitivinícola (INFOVI), donde se registran, mes a mes, las entradas y salidas de vinos en las bodegas españolas al mercado nacional. De ambos datos, se desprenden las salidas netas – descontadas las que van dirigidas a otras bodegas y, por lo tanto, pueden considerarse ventas al público consumidor – que antes de las crisis de la Covid-19, durante el año 2019 aumentaron un 9% hasta alcanzar los 1.100 millones de litros y al cierre del estudio en 2018 alcanzaban los 1.008 millones de litros. Cifras, en ambos casos, que muestran una clara tendencia a la mejora del consumo de vino en España, después de 10 años de estabilidad sobre los 1.000 millones de litros y después

de que ese consumo hubiera disminuido sensiblemente entre el final del pasado siglo y la primera década del actual.

Tiendas y el sector horeca, los principales canales de distribución

Ahora bien, el vino producido en las bodegas españolas llega a los consumidores en nuestro país a través de diferentes canales de distribución. Como pone de manifiesto el trabajo realizado, los dos canales principales son los tradicionales: la distribución minorista o ventas en tiendas (supermercados e hipermercados) y el consumo que se realiza en bares y restaurantes, o también denominado sector horeca. Este último paralizado con la declaración del Estado de Alarma, lo que ha provocado pérdidas millonarias en el propio sector como en los adyacentes como sería en el vino.



Sin embargo, como reconocen las principales empresas de investigación de mercados, los datos que reflejan estos dos canales principales, de un 35% y un 31% respectivamente, apenas alcanzan a dos tercios del consumo total estimado en

España. El resto, aproximadamente un tercio del total, llega a los consumidores por otros canales menos estudiados y donde las estimaciones de cantidad y valor del vino comercializado resultan más difíciles de obtener.

Entre estos canales, el estudio estima las ventas en vinotecas y tiendas gourmets en otros 58,7 millones de litros, las de clubs de vinos en 4,2 millones, las realizadas online – sin incluir la distribución tradicional en su canal digital – en otros 8,1 millones de litros y las ventas directas desde bodega y autoconsumos de empleados y socios en otros 180,5 millones de litros o un 18% del total.

CONSUMO DE VINO EN ESPAÑA

Datos de 2018

Infografía elaborada por **La Semana Vitivinícola**

EST. CONSUMO HORECA (31,4%)

HoReCa - 316,7 Ml.

RESTO DE CANALES (33,2%)

Est. venta directa - 180,5 Ml.
Vinotecas - 58,7 Ml.
Est. turistas - 57,5 Ml.
Canarias - 26,2 Ml.
Internet no retail - 8,1 Ml.
Clubes de vinos - 4,2 Ml.

CONSUMO EN HOGAR (35,4%)

Hogares - 356,5 Ml.



VOLUMEN



VALOR

EST. CONSUMO HORECA (54,5%)

HoReCa - 3.710,8 M€.

RESTO DE CANALES (28,5%)

Vinotecas - 806,3 M€.
Est. turistas - 574,0 M€.
Est. venta directa - 309,1 M€.
Canarias - 115,1 M€.
Internet no retail - 76,5 M€.
Clubes de vinos - 57,7 M€.

CONSUMO EN HOGAR (17,0%)

Hogares - 1.161,0 M€.

PRECIO MEDIO



Clubs de vinos 13,81 €/l.
Vinotecas 13,74 €/l.
Est. HoReCa 11,72 €/l.
Est. turistas 9,98 €/l.
Internet 9,41 €/l.
Canarias 4,38 €/l.
Hogares 3,26 €/l.
Venta directa 1,71 €/l.

PVP MEDIO ESTIMADO: 6,75 €/l.

El turismo y Canarias, canales adicionales de ventas

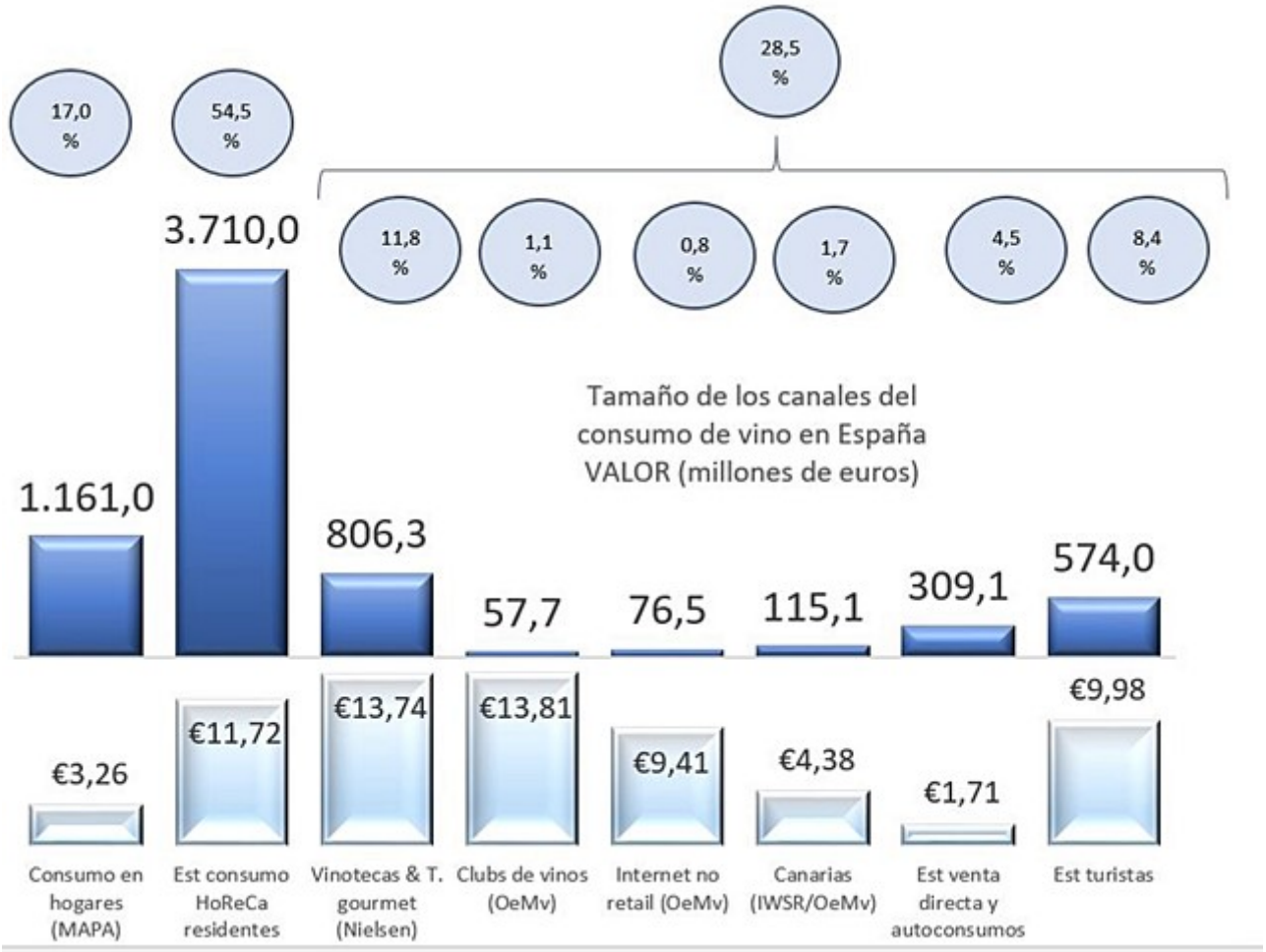
Ventas, todas ellas, a las que deben sumarse también las que se estima se realizan a turistas que visitan España, casi 83 millones de personas que pasan una media de 7,24 días en nuestro país. Asumiendo todas ellas un consumo medio superior al de los nacionales, que equivaldrían a unos 57 millones de litros de consumo de vino. Todo ello consumido mayoritariamente en bares y restaurantes y, una parte importante también en tiendas y supermercados.

De hecho, otra de las estimaciones que realiza el estudio y es que normalmente en muchos análisis no se recoge una estimación del consumo de vino en Canarias que asciende a 32 millones de litros, de los cuales 26,2 millones serían consumidos por nacionales y 5,8 millones por turistas. Nuevamente, el cierre de fronteras al turismo y las últimas recomendaciones de los países de origen de no viajar por miedo a un rebrote del coronavirus, también hará que el consumo entre turistas sea ostensiblemente menor.

Estimación del valor de mercado en torno a los 7.000 millones de euros

A las cifras en volumen, el estudio añade igualmente estimación del valor de mercado total del vino en España que cuantifica en 6.810,5 millones de euros en 2018, calculadas a precios pagados por los consumidores. De estas cifras en valor y debido a los diferentes precios por canales, las ventas en el canal de hostelería y restauración supondrían el 54%, mientras que las de tiendas, supermercados e hipermercados alcanzarían los 1.161 millones de euros equivalentes a un 17% del total. Por su lado, las ventas en vinotecas y tiendas gourmet, normalmente concentradas en vinos de mayor nivel económico, supondrían un 12% adicional; las realizadas en clubs de vino apenas alcanzarían el 1% y las ventas realizadas online por empresas distintas de la gran distribución y en Canarias añadirían otro 3%. Las ventas directas de bodega, normalmente a precios más económicos, supondría 309 millones de euros equivalentes

al 4,5% del total y las realizadas a turistas supondrían otro 8,4% a una media de casi 10 euros por litro.



En definitiva, el estudio elaborado sobre la base tanto de datos estadísticos como de las opiniones y entrevistas realizadas a distintos agentes del sector, supone la mejor aproximación realizada, hasta la fecha, sobre la realidad del consumo de vino en España. El informe mostraba una clara recuperación de este consumo en los meses anteriores a la Covid-19 y una creciente complejidad en cuanto a la forma de distribuirlo y hacerlo llegar a los distintos clientes.