vinetur

Los españoles consumen un 16,6% más de vino en los últimos 12 meses

Los españoles consumieron en los últimos doce meses 1051 millones de litros de vino

lunes 4 de abril de 2022



El consumo de vino en España creció en el periodo de los últimos 12 meses, a enero de 2022, un 16,6%, hasta alcanzar los 10,51 millones de hectolitros, según el último informe del OEMV con datos de INFOVI (Ministerio) y Nielsen.

Parece que el comienzo del año 2022 confirma la recuperación ya observada en 2021, tras un 2020 muy complicado a causa de la pandemia de COVID-19, que situó el consumo de vino en nuestro país en mínimos históricos (8,8 millones hl en el TAM a febrero 2021).

Así, desde el mes de marzo de 2021, el consumo de vino viene registrando mes tras mes importantes ratios de crecimiento (a excepción de julio 2021) frente a un 2020 en el que únicamente febrero (prepandemia) y julio registraron datos positivos.

Según Nielsen IQ, el volumen total de ventas de vino en los últimos 12 meses a enero de 2022 en Alimentación+Hostelería se situaría en los 6,08 millones de hectolitros, con un crecimiento del +1,5%, tras varios periodos de caídas explicadas por el comportamiento tan negativo del canal de hostelería, que muestra fuertes caídas no compensadas por los crecimientos en el canal de Alimentación. El resto de consumo hasta los 10,51 millones de hl., es decir 4,43 millones, se corresponden al "tercer canal" y que se refiere a las ventas de vino provenientes de otros canales como son las vinotecas, clubs de vinos, portales on-line, ventas directas de bodegas, autoconsumo, etc.

La irrupción de la pandemia alteró de forma drástica el mix de ventas del vino en España. De esta forma, la crisis sufrida en Hostelería, con las restricciones de aforo e incluso el cierre de los establecimientos, marcó la caída global del consumo de vino en España en 2020.

Por el contrario, el confinamiento disparó las compras en el canal de alimentación, en todo caso insuficientes para compensar la pérdida de Horeca.

La relativa vuelta a la normalidad, tiene como consecuencia, como era de esperar, una recuperación del consumo de vino en Hostelería, coincidiendo a su vez con un menor crecimiento del canal de Alimentación dando lugar a un trasvase de consumo entre canales.

De hecho, los datos de NIELSEN IQ muestran un claro cambio de tendencia entre estos dos canales en comparación con las cifras ofrecidas en periodos anteriores: el consumo de vino en Hostelería al fin creció, en el TAM Dic-Ene 2022, un +29,2% hasta rozar los 1,8 millones de hl (recordemos que hace apenas un año registró un descenso de más del -50%).

En cambio, el consumo de vino en Alimentación disminuyó en el TAM Dic-Ene 2022 un -6,9% hasta los 4,28 millones de hl, tras crecer a buen ritmo en los dos últimos años.

Si aislamos el "tercer canal" y hacemos base 100 las ventas en Alimentación y Hostelería, comprobamos que la cuota que ocupa el canal hostelería en el TAM Dic-Ene 2022 es del 29,6% del VOLUMEN, ganando +6,4pp. en el mix de canales vs TAM Dic-Ene 2021 (año en el que el canal de hostelería fue duramente castigado por la pandemia). No obstante, el peso del canal de hostelería todavía sigue lejos de los valores alcanzados en años pre-pandemia, cuando su peso en el mix de ventas rondaba el 41%-42% de las ventas (TAM Dic-Ene 2019 y TAM Dic-Ene 2020).

En lo que al mix de ventas por canal en términos de VALOR, la tendencia es similar, si bien las caídas y crecimientos en el mix de ventas son algo más acentuados. Así, el canal de Hostelería gana +7,5pp en el mix de ventas vs TAM Dic-Ene 21, llegando a representar un 37,7% del total de las ventas en valor. Datos que, sin duda, confirman la progresiva recuperación del consumo de vino en hostelería, si bien todavía lejos de llegar al peso alcanzado en años previos a la pandemia.