vinetur

Ribera del Duero, segunda marca de calidad de España en valor, tanto en Alimentación como en Hostelería

Un informe de Nielsen confirma a los vinos de la Denominación de Origen como referentes en el mercado español

miércoles 31 de agosto de 2022



Los resultados del último informe Nielsen, que analiza la dimensión del universo de los vinos con D.O en los últimos 12 meses, revela grandes resultados para Ribera del Duero

Un año más, el Instituto Tecnológico Agrario de Castilla y León (Itacyl) ha dado a conocer el informe sobre la evolución de mercado de vinos con Denominación de Origen de Castilla y León durante el año 2021, que ha realizado la empresa Nielsen, especializada en medición y análisis de las dinámicas de mercado y conductas de los consumidores.

Ribera del Duero es la DO de la región que experimenta una mejor evolución global en 2021, alcanzando una cuota de mercado en volumen del 10,4% (1,1 puntos más que en 2020) y una cuota de mercado en valor del 16,8% (1,6 puntos más que en 2020), consolidándose así en la Denominación de Origen con mayor crecimiento de la cuota en valor.

Los datos Nielsen confirman el posicionamiento de Ribera del Duero como segunda marca de calidad de España en valor, tanto en Alimentación como en Hostelería.



El consumidor apuesta por el valor añadido que ofrece Ribera del Duero. Así lo muestra el hecho de que, en el total vinos con DO, Ribera del Duero es la que mayor crecimiento experimenta en su cuota en valor, reflejo de su apuesta por la calidad y la diferenciación

En lo que respecta a los vinos tintos con DO, Ribera del Duero refuerza su posicionamiento con una cuota en volumen del 16,4% (2,2 puntos más que en 2020), hasta el 13,5% (1,7 puntos más que en 2020) en Alimentación y alcanzando el 21,8% (1,4 puntos más que en 2020) en Hostelería.

Por áreas geográficas, esta nueva edición del Informe Nielsen ha mostrado que la DO Ribera del Duero muestra un gran desempeño tanto en el sur del país como en la Comunidad de Madrid.

Asimismo, los resultados de este año han revelado como, en el canal especialista (Internet, Vinotecas, Venta en Bodega, Tienda Gourmet), los vinos con D.O. Ribera del Duero han alcanzado una gran incidencia durante el año 2021, donde sus ventas en volumen han aumentado un 10% sobre 2020, debido principalmente al buen comportamiento de las ventas en los canales de Internet y Vinotecas.

De hecho, estos canales se han convertido en claves para la Denominación de Origen, una vez que el 51% de los consumidores que en 2021 realizaron compras de vino online incorporaron Ribera del Duero a su cesta de la compra. En el caso de las Vinotecas, este porcentaje alcanza el 48%.