vinetur

El consumo de vino en España aumenta casi un 12% en los últimos doce meses

Pero se observa una ralentización en el ritmo de crecimiento. Desde el mes de febrero, el ritmo de crecimiento interanual se suaviza. Destaca julio como peor mes del año coincidiendo con el inicio de un periodo de gran incertidumbre comercial. Por canales, se observa, por un lado, que el crecimiento registrado en Hostelería se va suavizando y, por otro, que se va frenando poco a poco la caída en Alimentación.

martes 18 de octubre de 2022

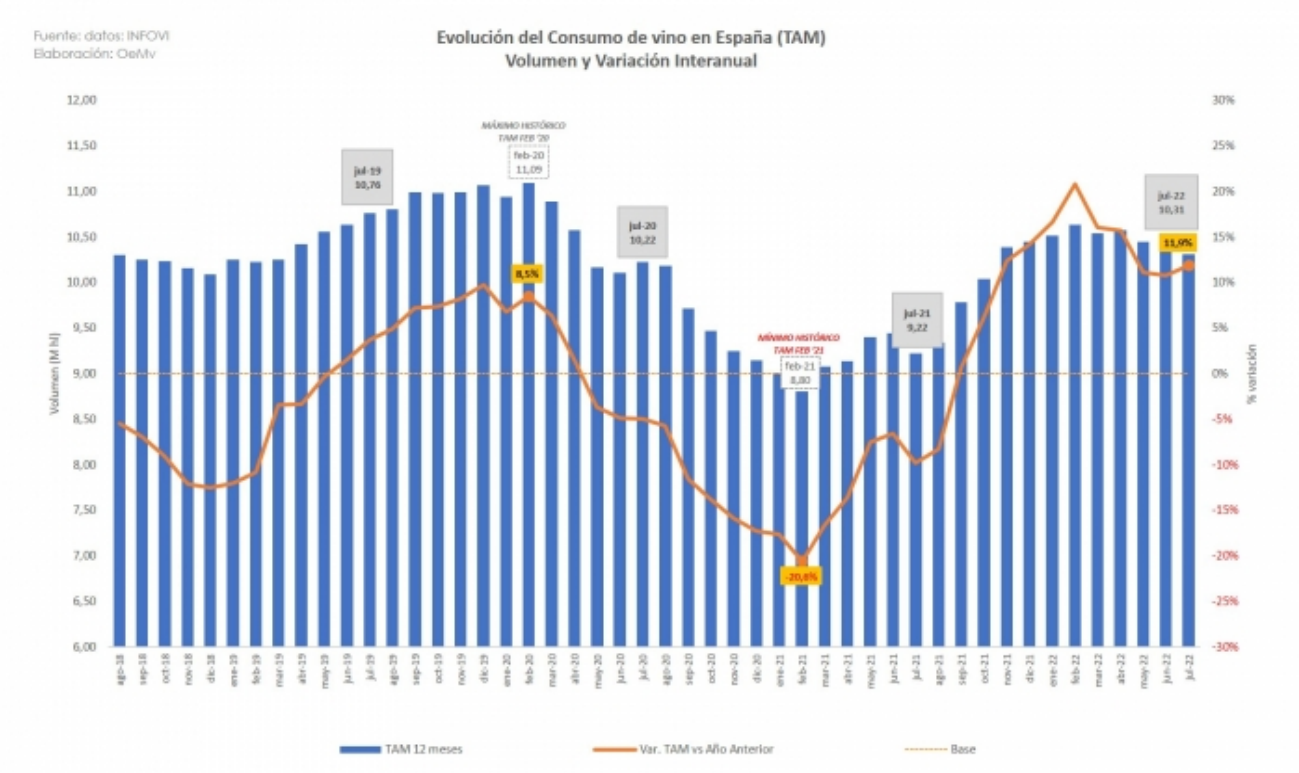


El consumo de vino en España sigue creciendo en el periodo interanual a julio de 2022 (TAM 12 meses), pero a un ritmo menor. Por meses, se observa que la tendencia empieza a mostrar síntomas de desaceleración, no llegándose a superar aún los 10,76 millones de hl. alcanzados en el TAM Jul 2019 (periodo prepandemia comparable al TAM Julio 2022), según el último informe económico de mercado que la Organización Interprofesional del Vino de España (OIVE) ha puesto a disposición del sector.

El informe, elaborado por el Observatorio Español del Mercado del Vino (OeMv) a partir de los datos de INFOVI, señala que el consumo de vino en España creció en el TAM a julio de 2022 un +11,9%, hasta los 10,31 millones de hectolitros. Tras alcanzar su pico de crecimiento en el TAM a febrero de 2022 (+20,8% hasta los 10,63 millones de hl), el ritmo de crecimiento interanual del consumo se ha suavizado desde entonces, coincidiendo con el inicio de un periodo de gran incertidumbre comercial derivada de factores como el encarecimiento de la energía y el combustible o la crisis del transporte y los suministros, que ha desembocado en una fuerte inflación global.

Según se analiza en el informe, julio ha sido el peor mes de lo que llevamos de 2022 a nivel de variación relativa (-15,9%), tras el ligero repunte logrado en junio (+2%). El año 2022 arrancó con muy buenos crecimientos tanto en enero (+10,7%) como en febrero (+21,2%); pero desde entonces, se han ido alternando fuertes caídas en los meses de marzo, mayo y julio, compensadas tímidamente con ligeros crecimientos en abril y junio.

En definitiva, las cifras actuales siguen lejos del máximo alcanzado en el TAM a febrero de 2020, justo antes de la pandemia, cuando el consumo de vino en España superó los 11 millones de hectolitros.



Evolución del consumo por canales: Hostelería desacelera su ritmo de crecimiento y Alimentación frena la caída

Por canales, y según datos de NIELSEN IQ para el TAM Jun-Jul 22, se ha registrado un crecimiento del volumen de consumo de vino en Hostelería del +39,9%, y una caída en Alimentación del -6%. Estas cifras son muy similares a las registradas en el anterior TAM disponible (TAM Abr-May 22). Parece, por tanto, que se ha alcanzado el tope de recuperación en Hostelería, canal más afectado por las restricciones derivadas de la

crisis sanitaria, mientras que se va frenando poco a poco la caída en Alimentación, donde las ventas crecieron a un ritmo excepcional durante el confinamiento.

Según NIELSEN IQ, el crecimiento de las ventas de vino en España (Alimentación + Hostelería) ha sido mayor en términos de valor (+14,6%) que de volumen (+5,6%), al subir el precio medio un +8,5%, el cual fue el más elevado de la serie histórica, con 4,59 €/litro.

Esta tendencia está muy relacionada con el período de fuerte inflación que estamos viviendo en 2022. De hecho, si descontamos a las tasas de variación la evolución interanual de la inflación y calculamos el valor de venta deflactado, la tendencia cambiaría sensiblemente: el consumo de vino en España (Alimentación + Hostelería) crecería algo más en términos de volumen que de valor, con precios ligeramente a la baja tanto en Alimentación como en Hostelería, a diferencia de lo analizado en valor nominal.



Evolución por tipos de vino: los espumosos, los que más crecen en Alimentación y los que más lo hacen en Hostelería

En el interanual Jun-Jul 2022, los vinos incluidos en rangos de precios más elevados – independientemente de la inflación – son los que mejor se comportan: el vino con Denominación de Origen Protegida (DOP) y el vino espumoso aumentaron su valor más del 15%, siendo los únicos que crecieron por encima de la media. Respecto a los espumosos, son los únicos que crecen en Alimentación y los que más lo hacen en Hostelería. Los vinos con DOP son los segundos que mejor evolución presentan en ambos canales.

Todas las categorías subieron notablemente de precio (precios corrientes) en el TAM Jun-Jul 22, en el conjunto de Alimentación + Hostelería, lo que explica que todas evolucionen mejor en términos de valor que de volumen.