vinetur

Las 10 marcas de vino más importantes del mundo en 2023

Un nuevo estudio revela cuáles son las 10 marcas de vino más valiosas del mundo

viernes 4 de agosto de 2023



A medida que el panorama mundial del vino sigue evolucionando, marcas de diversas regiones se disputan el dominio. Recientemente, la prestigiosa consultora de valoración de marcas Brand Finance ha arrojado luz sobre este terreno cambiante al publicar su informe anual sobre las 10 marcas de vino más valiosas del mundo. El análisis ofrece una valiosa perspectiva de la cambiante dinámica del mercado, con un productor de

vino chino que presenta un formidable desafío a la supremacía de larga data de una renombrada marca de Champagne.

Una vez más, encabeza la lista la emblemática marca de champán Moët & Chandon. A pesar de mantener su liderazgo mundial, la marca ha experimentado un ligero descenso en su valoración. El informe muestra un descenso del 10% en el valor de la marca, que asciende a 1.300 millones de dólares.

Desafiando el dominio de las potencias vinícolas tradicionales, el vino chino ha dado pasos significativos en el mercado mundial. En el punto de mira está Changyu, el productor de vino más antiguo y con mayor expansión de China. Según el último informe de Brand Finance, Changyu se ha convertido en la segunda marca de vino más valiosa del mundo. Con una tasa de crecimiento encomiable, el valor de la marca aumentó un 33% en sólo un año, alcanzando la friolera de 1.200 millones de dólares. Esta floreciente tendencia se atribuye en gran medida al expansivo mercado chino del vino, que, según Brand Finance, hace que la marca sea extremadamente valiosa.

Por su parte, la australiana Penfolds ha sido la marca de vino que más ha crecido este año. A pesar de los aranceles en China, uno de sus principales mercados, el valor de la marca aumentó un 48%.

La lista de las 10 mejores, elaborada por Brand Finance

1. **Moet & Chandon**
2. **Changyu**
3. **Chandon**
4. **Veuve Clicquot**
5. **Dom Pérignon**
6. **Vino Barefoot**
7. **Penfolds**
8. **Beringer**
9. **Concha y Toro**

10. **Jacob's Creek**

Henry Farr, director asociado de Brand Finance, reflexionó sobre los resultados del estudio, haciendo hincapié en los retos a los que se enfrentan actualmente los champagnes de gama alta. Según Farr, estas marcas premium se han visto afectadas por unas condiciones de cultivo difíciles, junto con una menor disponibilidad y subidas de precios. En consecuencia, muchos consumidores se decantan por vinos espumosos más asequibles. Para quienes no se ven afectados por tensiones financieras, el cambio podría deberse a un deseo de evitar parecer demasiado indulgentes, especialmente dadas las actuales condiciones económicas y el aumento del coste de la vida.

Para aclarar sus criterios de valoración, Brand Finance explicó que el valor de una marca se mide como la ventaja económica neta que obtendría el propietario de una marca si la licenciara en un mercado abierto. La fuerza de una marca, por otra parte, se mide por su rendimiento en métricas intangibles en comparación con sus competidores. Brand Finance emplea para sus cálculos la metodología "Royalty Relief".