



Restauración Colectiva

El portal de referencia para los profesionales del sector

Te encuentras en Inicio / A fondo / Mercado / informes /

El mercado del vino sigue descendiendo por la debilidad del consumo interno

El mercado del vino sigue descendiendo por la debilidad del consumo interno

Martes, 27 de agosto 2013

Según el último estudio de la consultora **Dbk, el mercado español de vino tranquilo ha mostrado una tendencia de descenso en los últimos años, motivada por la debilidad del consumo interno y la competencia en precio, hasta situarse en 2012 en 1.550 millones de euros, un 4% menos que en el año anterior.**

Contrastando con la tendencia de años previos, durante 2011 y 2012, especialmente en el último ejercicio, el comportamiento más favorable correspondió a las ventas de vino sin DOP, reflejo del desplazamiento de la demanda hacia el consumo en el hogar de productos de menor precio.

El valor de las ventas de vino con DOP en el mercado interior se situó en 1.125 millones de euros en 2012, un 5,1% menos que en el año anterior, concentrando el 72,6% del mercado total. Por su parte, las ventas de vino sin DOP se cifraron en 425 millones de euros, con un descenso del 1,2%, reuniendo el 27,4% del mercado total.

El deterioro del mercado interno se ha visto compensado por la favorable evolución de las exportaciones, las cuales aumentaron un 11,4% en 2012, hasta situarse en 1.756 millones de euros. El impulso de la demanda externa permitió un incremento del 3,3% en las ventas de producción nacional, hasta alcanzar los 3.270 millones de euros.

Los principales países de destino de las ventas al exterior durante 2012 fueron Alemania y Reino Unido, los cuales concentraron de forma conjunta el 28% de las exportaciones en valor. A continuación se situaron Francia y Estados Unidos.

Se prevé que las ventas en España registren en 2013 un descenso de entre el 2% y el 3% en valor, hasta situarse en 1.510 millones de euros. Por el contrario, se espera que las exportaciones mantengan el dinamismo de ejercicios previos, con un aumento previsto de en torno al 8%, lo que supondría alcanzar los 1.890 millones de euros.

La tendencia de orientación del consumo de vino hacia productos de menor precio se mantendrá, lo que continuará incrementando la participación del canal de distribución alimentaria sobre las ventas totales, en detrimento de los establecimientos de restauración.

La proyección internacional de la actividad constituye la principal oportunidad de crecimiento, tanto mediante la introducción en nuevos mercados como a través de la consolidación en mercados tradicionales, como el europeo y el norteamericano.

En una coyuntura caracterizada por la atonía de la demanda, el mercado tiende a concentrarse en los principales grupos empresariales. Los cinco primeros operadores del sector reunieron en 2012 una cuota de mercado conjunta en valor cercana al 30%.