



ENOMAQ
OLEOMAQ
E-BEER
Tecnovid
Oleotec

11 - 13 FEB / 2025
Zaragoza
España / Spain



Azucena Gracia

Unidad de Economía Agroalimentaria. Centro de Investigación y Tecnología Agroalimentaria de Aragón (CITA)

Instituto Agroalimentario de Aragón (IA2). CITA - Universidad de Zaragoza

Evolución y cambios en el consumo de vinos



Azucena Gracia

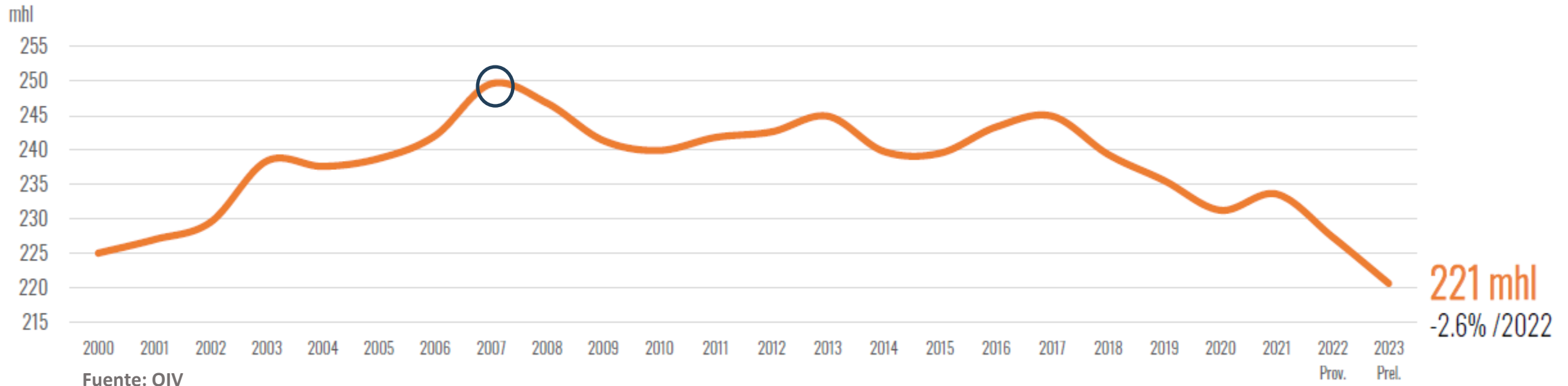
Unidad de Economía Agroalimentaria

CENTRO DE INVESTIGACIÓN Y TECNOLOGÍA
AGROALIMENTARIA DE ARAGÓN

- 1. Evolución del consumo mundial de vino y previsiones futuras**
- 2. Cambios en la demanda de vinos (España)**
- 3. Perfil del consumidor de vino (España)**
- 4. Motivos principales de estos cambios**

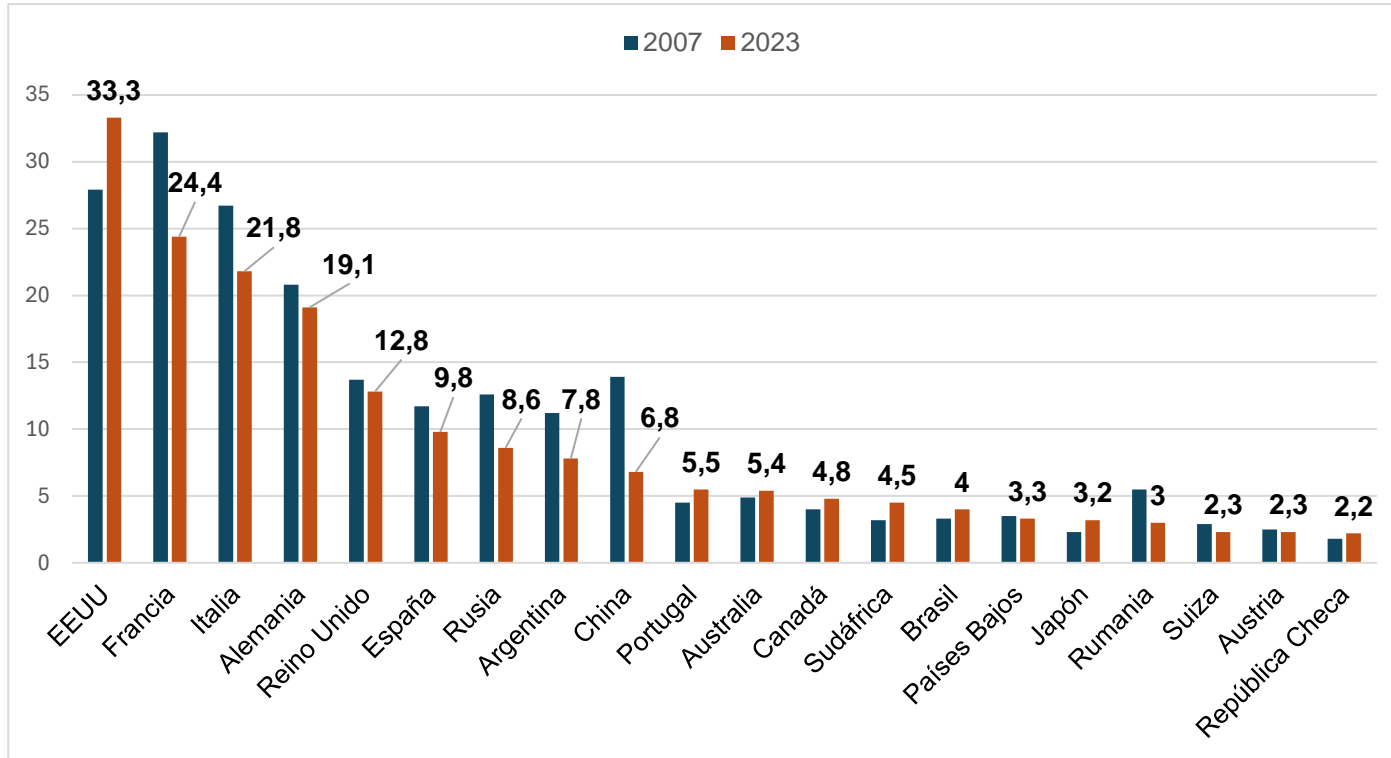
Evolución del consumo mundial de vino y previsiones futuras

Evolución del consumo mundial de vino (mhl)



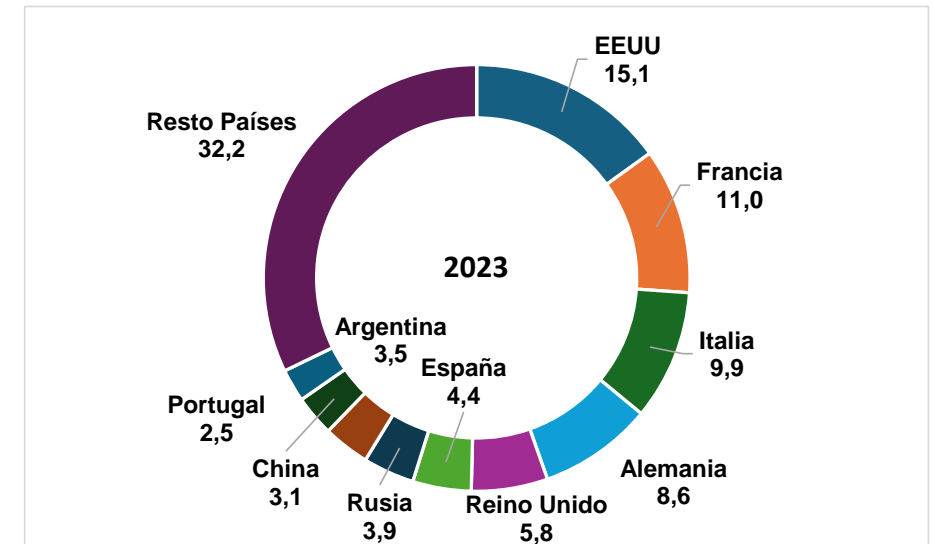
- El consumo mundial de vino en 2023 se estima en 221 millones de hectolitros, la cifra más baja desde 1996.
- Incremento hasta 2007 y descenso desde entonces. Descenso acusado desde 2021 y un 2,6% respecto a 2022.

Consumo mundial de vino (mhl) por países



Fuente: OIV

- Los cinco primeros países consumidores representan el 51% del total mundial.
- La UE representa el 48% (107 mhl).



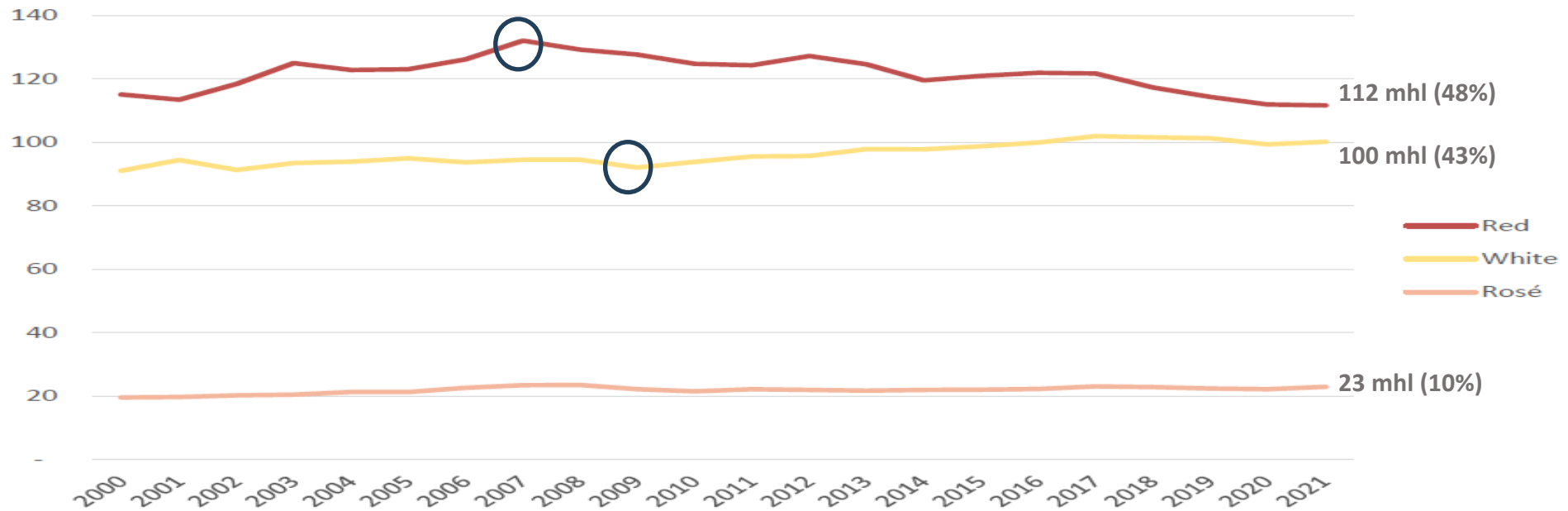
Consumo mundial de vino por países (l per cápita)



Fuente: OIV

ENOMAQ 2025. El sector del vino frente a los cambios en los mercados y el consumo. Zaragoza, 11 de febrero de 2025

Evolución del consumo mundial de vino por color (mhl)

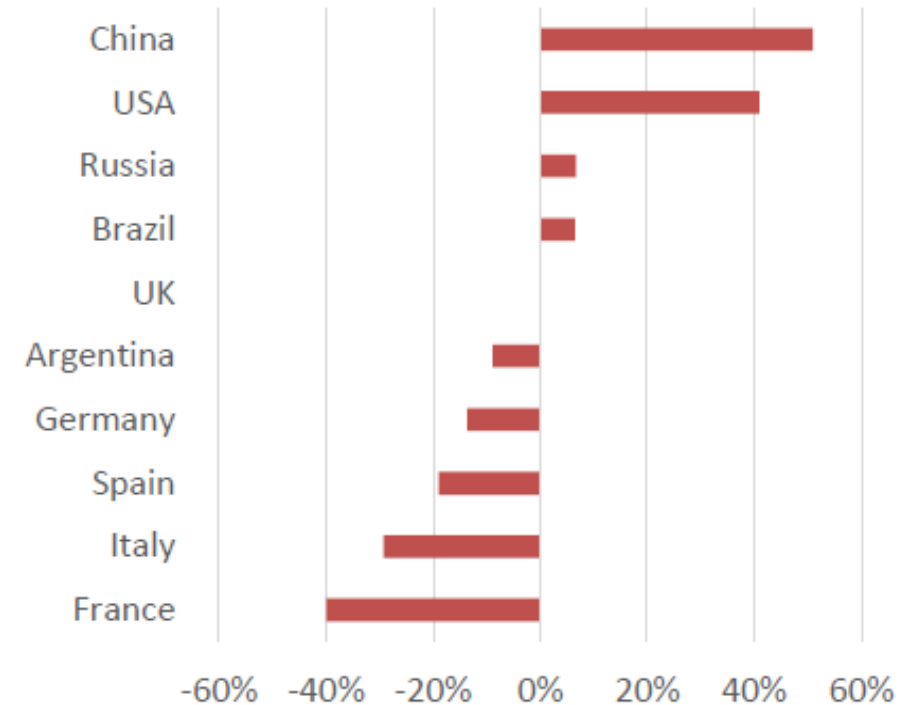


Fuente: OIV

- Desde su punto máximo (2007), el consumo de **vino tinto** ha disminuido un 15% en menos de quince años.
- El consumo de **vino blanco** ha aumentado un 10% desde su nivel más bajo en 2000 sobre todo a partir de 2009 impulsado por el éxito mundial del vino espumoso.
- El consumo de **vino rosado** aumentó un 17% desde su nivel más bajo en 2000.

Evolución del consumo de vino tinto por países: 2000-2004 a 2017-2021

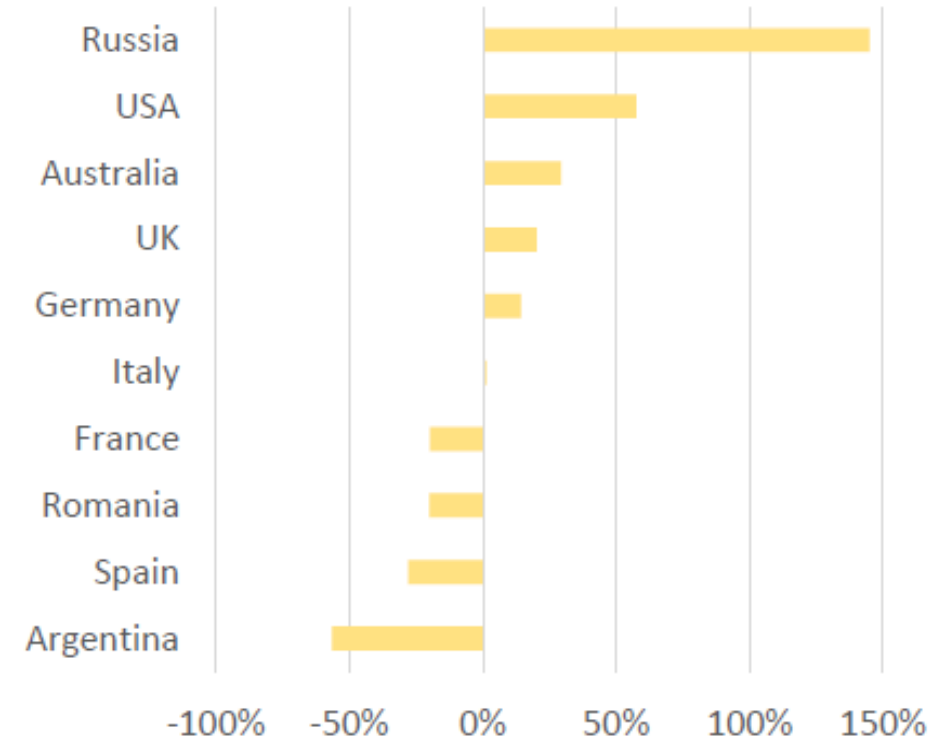
- En los últimos veinte años, el consumo de vino tinto ha aumentado en los países no europeos.
- En particular, en China (+50,9%), EE.UU. (+40,9%), Rusia (+6,8%) y Brasil (+6,5%).
- Los tres primeros países productores de vino tinto (Italia, Francia y España) presentan una disminución del consumo del -29,2%, -39,9% y -18,9%, respectivamente.



Fuente: OIV

Evolución del consumo de vino blanco por países: 2000-2004 a 2017-2021

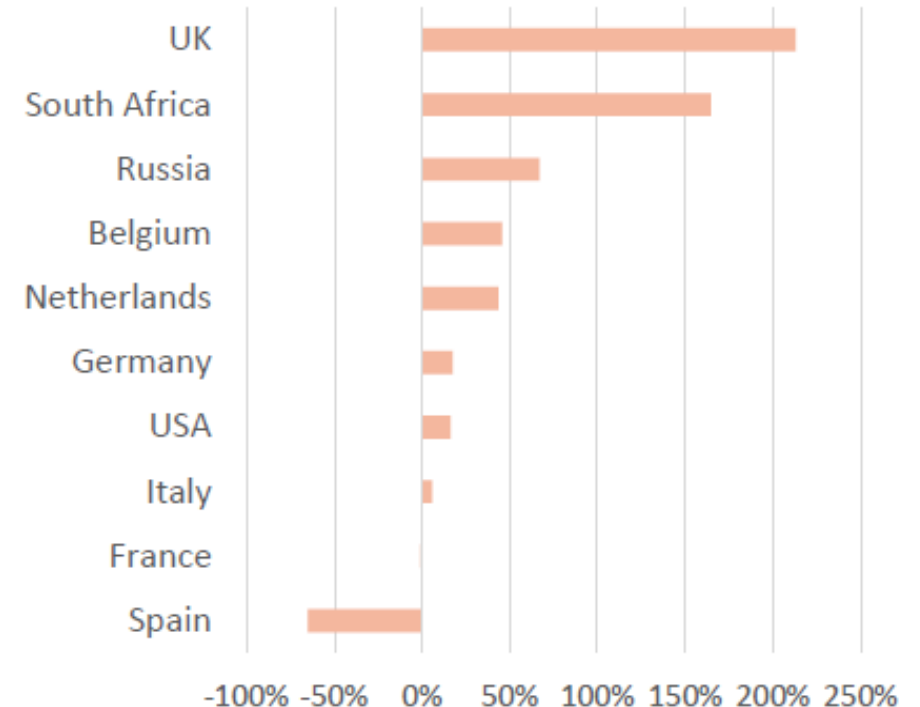
- Rusia presenta con diferencia el mayor incremento en el consumo de vino blanco (+145%).
- Otros países que registran un crecimiento positivo son EE.UU. (+57,5%), Australia (+29,3%), Reino Unido (+20,3%), Alemania (+14,4%) e Italia (+1.5%).
- En Argentina (-56,4%), España (-27,9%), Rumanía (-19,8%) y Francia (-19.7%), el consumo de vino blanco ha disminuido.



Fuente: OIV

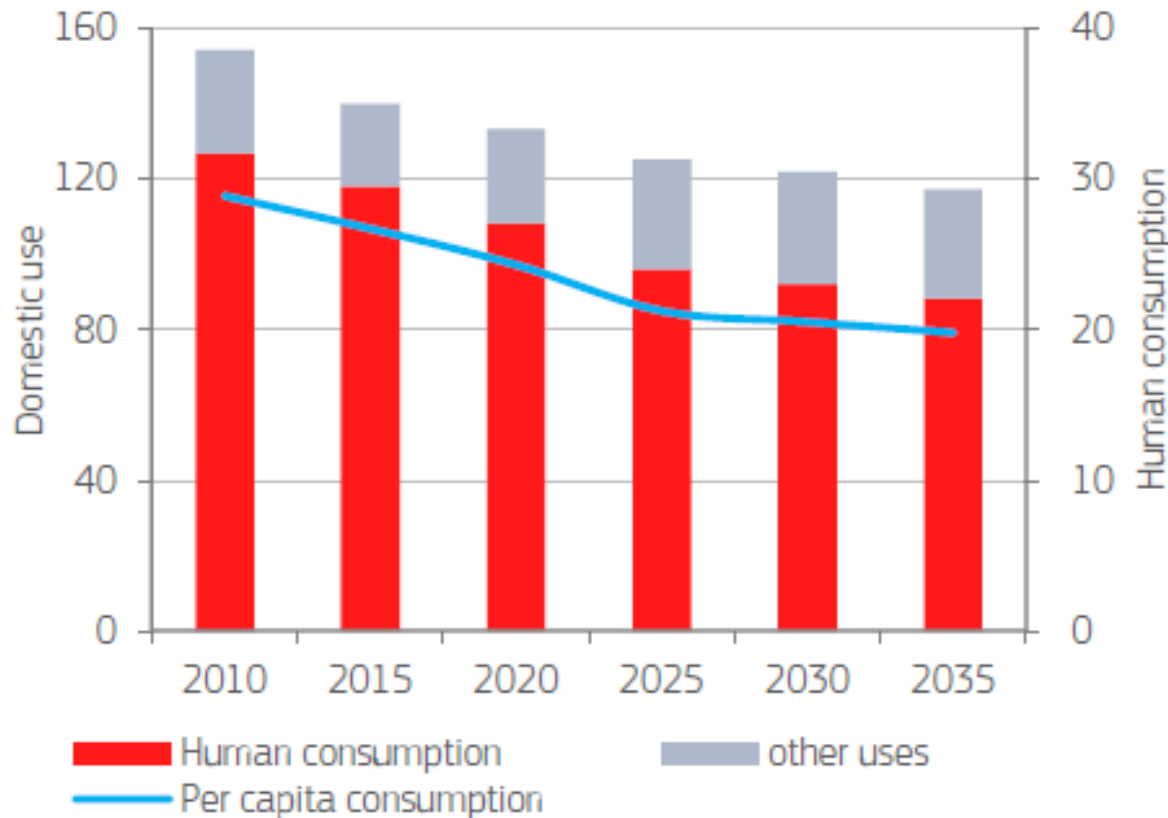
Evolución del consumo de vino rosado por países: 2000-2004 a 2017-2021

- A diferencia de los vinos tintos y blancos, el consumo de vino rosado solo ha descendido en España (-65,2%).
- El consumo de vino rosado ha crecido principalmente en Reino Unido (+212,6%), Sudáfrica (+164,4%) y Rusia (+66.7%).



Fuente: OIV

Evolución del consumo de vino en la UE: predicciones



- El consumo humano de vino en la UE se prevé que disminuya en torno a un 1% anual de aquí a 2035, hasta situarse en unos 19,8 l per cápita (desde la media de 22,3 l en 2020-2024).
- “Otros usos” (por ejemplo, destilación o transformación en productos elaborados) podría permanecer relativamente estable en torno a los 30 mhl.

Fuente: EC (2024), EU agricultural outlook, 2024-2035.
European Commission, DG Agriculture and Rural Development, Brussels.

En los últimos 15 años

- Disminución del consumo de vino, sobre todo de vino tinto y ligeros aumentos del blanco y rosado.
- Disminución en todos los mercados salvo excepciones (Portugal, EEUU, Japón, etc.).

En los próximos 10 años

- se prevé que el consumo de vino siga descendiendo (UE).

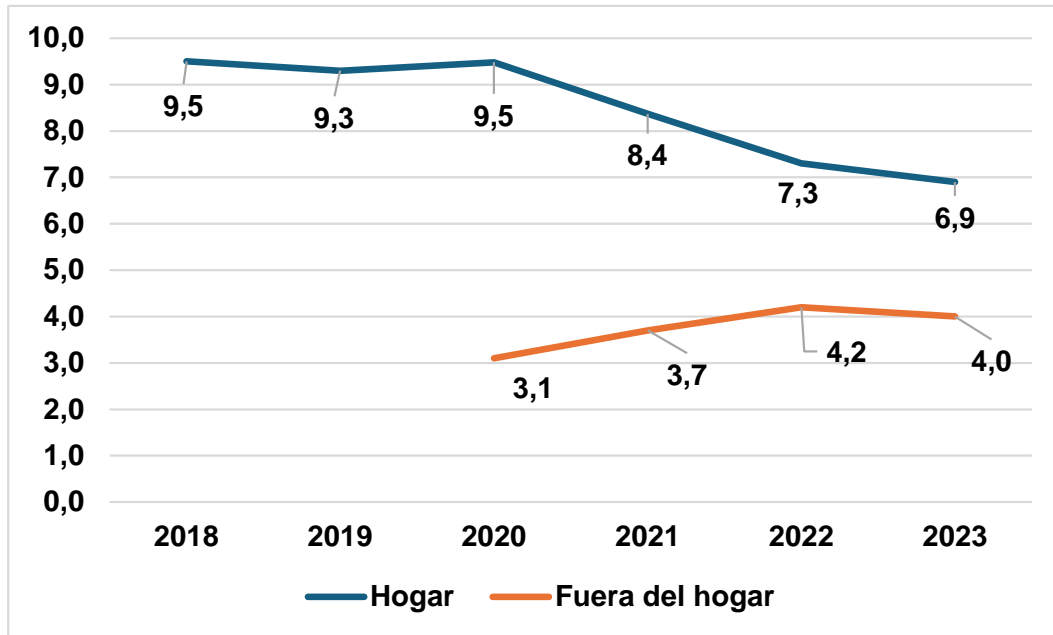
El descenso del consumo de vino es el presente y ¿el futuro?

¿Es un cambio coyuntural o estructural?

Cambios en la demanda de vinos (España como ejemplo)

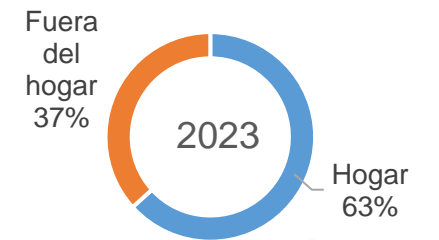
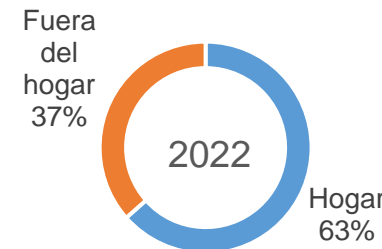
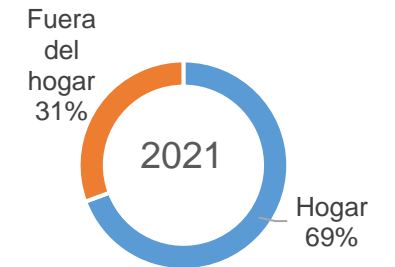
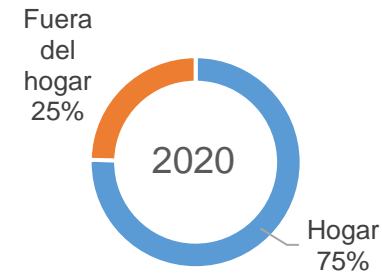
Por lugar de consumo: hogar y fuera del hogar

Evolución del consumo de vino en el hogar y fuera del hogar (litros per cápita)



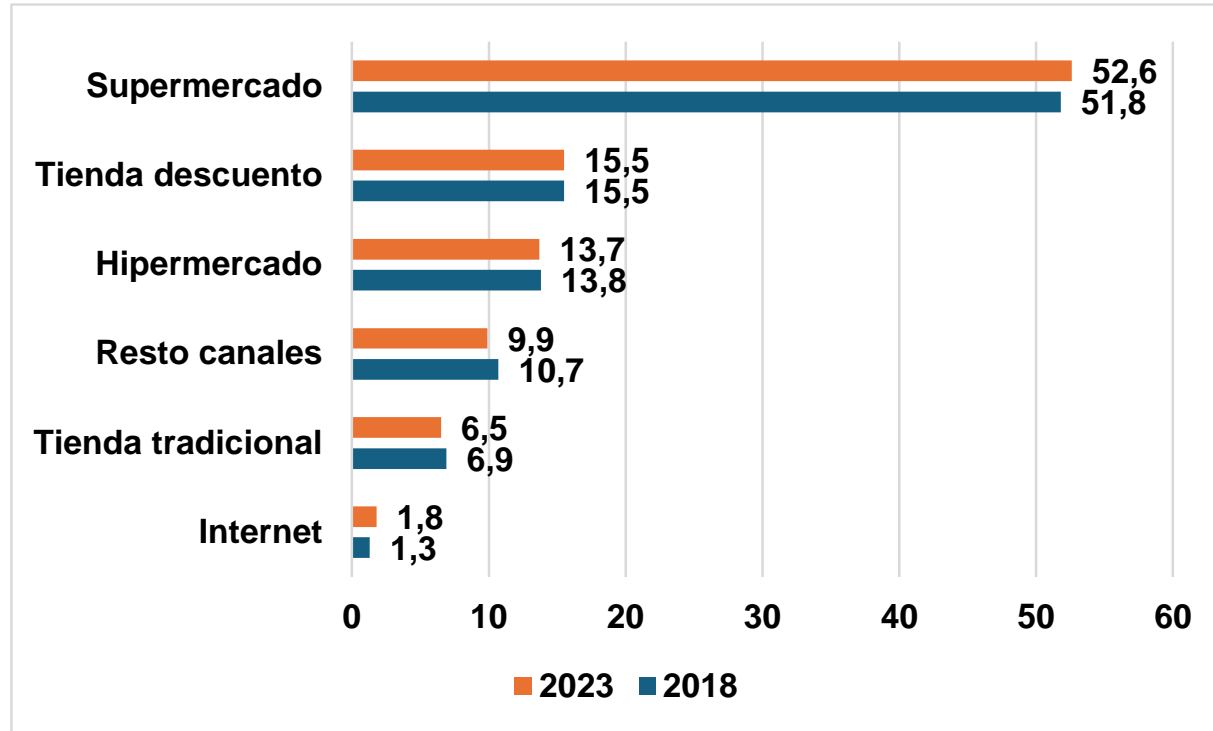
Fuente: MAPA, datos del panel de consumo

- Disminución en el consumo del vino en el hogar y aumento fuera del hogar (HORECA).
- No se observan cambios en el porcentaje consumido en el hogar y en HORECA en los dos últimos años



Por canal de compra en el hogar

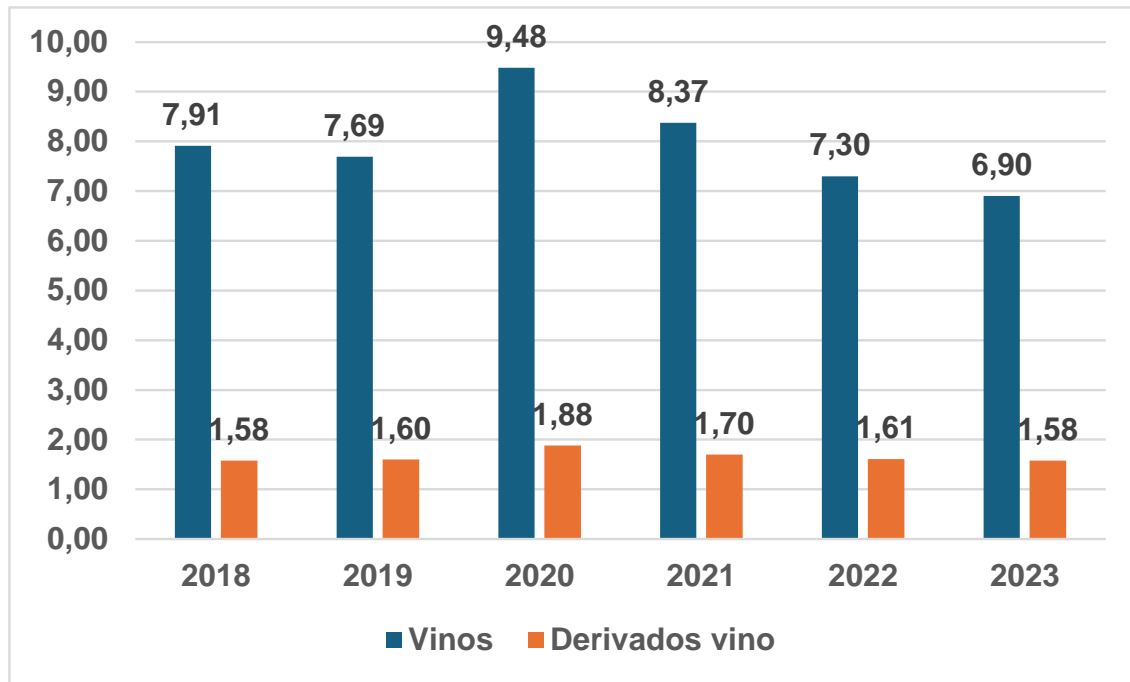
Consumo de vino en el hogar por canal de compra (%)



- Disminución de las compras en tiendas tradicionales (6%).
- Aumento de las compras en supermercados e internet (1% y 38%, respectivamente).

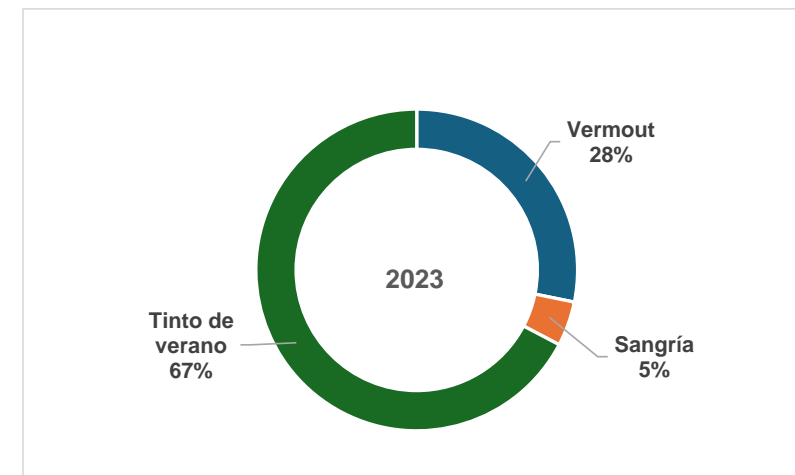
Fuente: MAPA, datos del panel de consumo

Evolución del consumo de vino y derivados en los hogares españoles (litros per cápita)

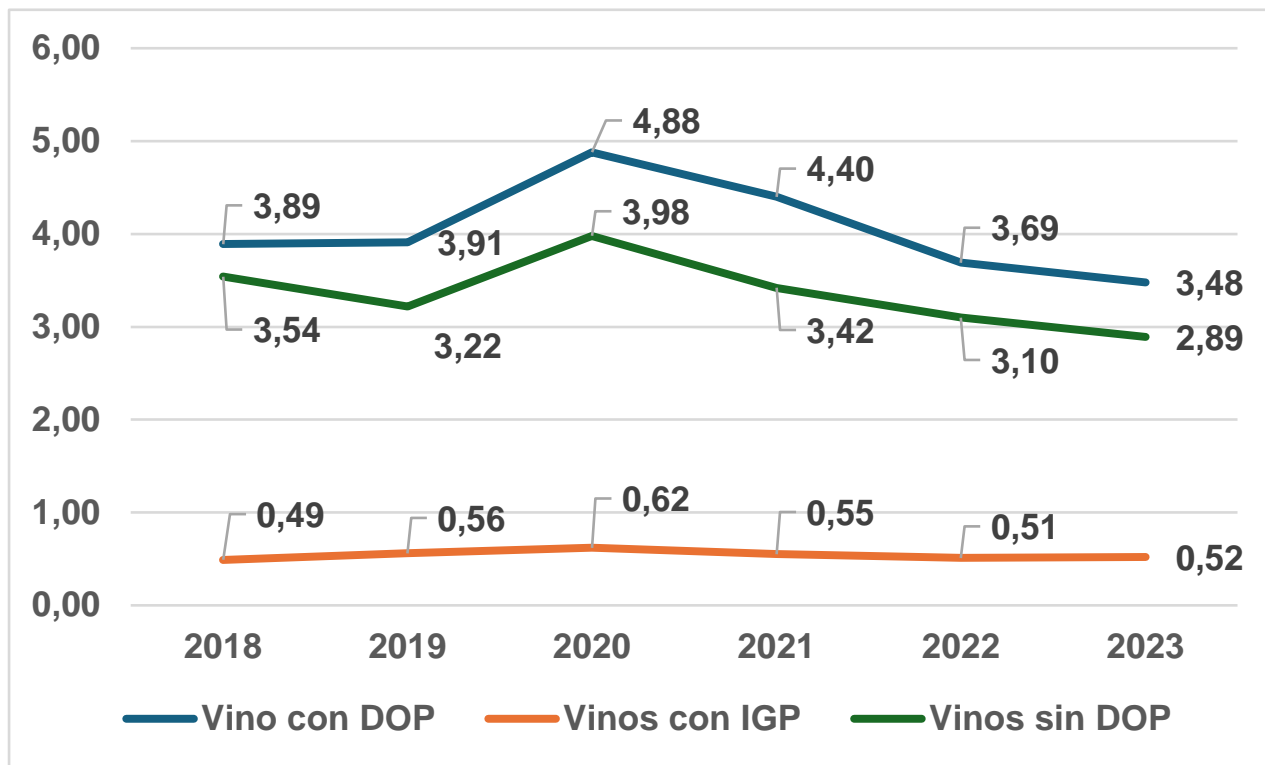


Fuente: MAPA, datos del panel de consumo

- Incremento en el consumo de vinos y derivados en la pandemia (2020 y 2021).
- Consumo de vino ha alcanzado en 2022 y 2023 niveles inferiores a los anteriores a la pandemia (2018-2019).
- Consumo de derivados del vino (vermouth, sangría y tinto de verano) estable.



Evolución del consumo de vino en el hogar por tipos (litros per cápita)

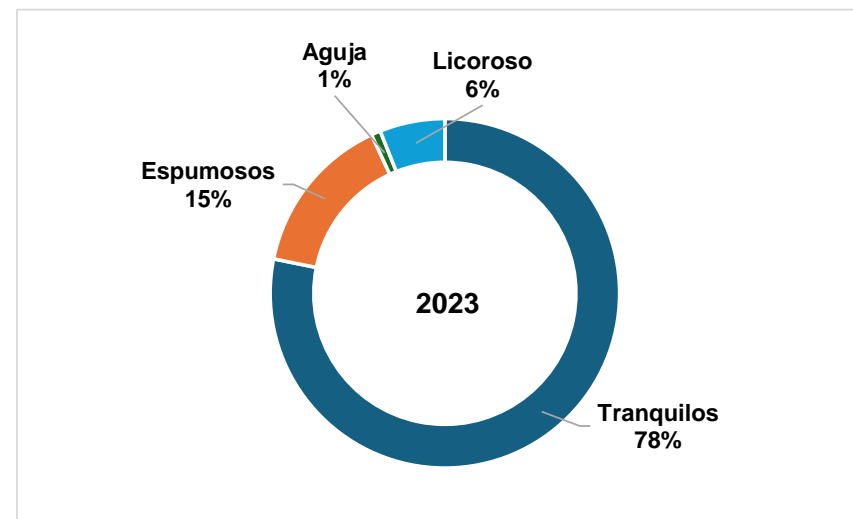


Fuente: MAPA, datos del panel de consumo

Disminución del consumo de vino (2018 y 2023):

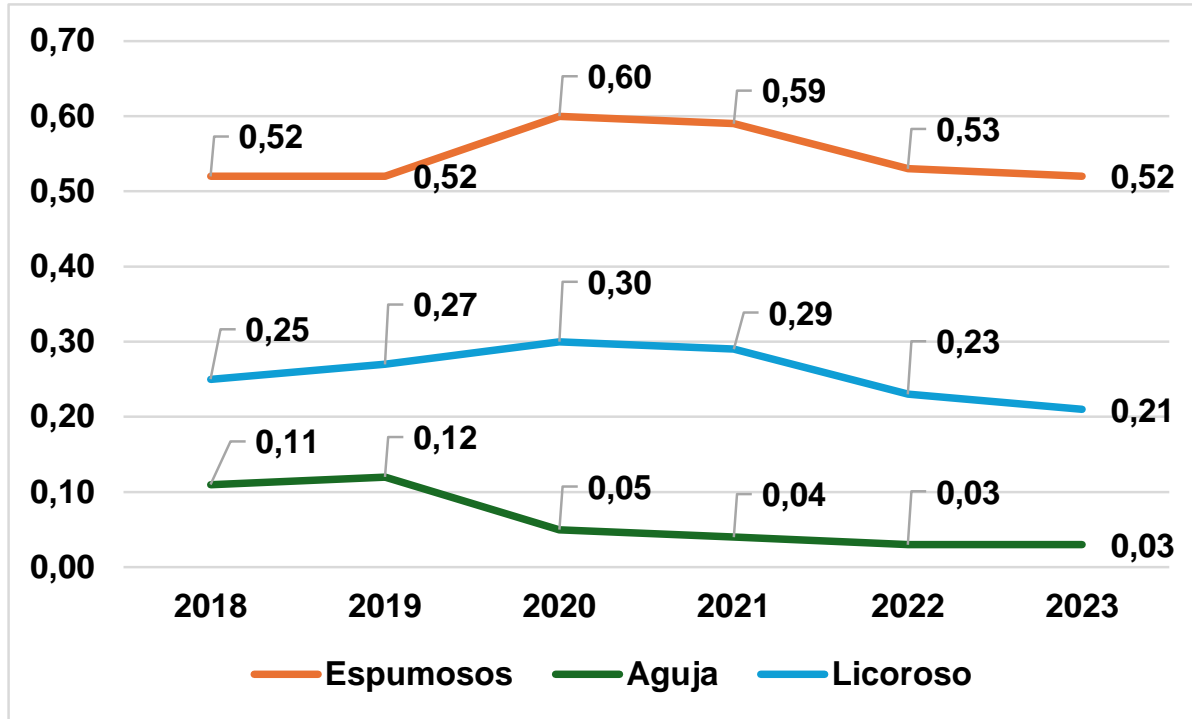
- 10% vinos con DOP
- 18% vinos sin DOP

Vinos con DOP

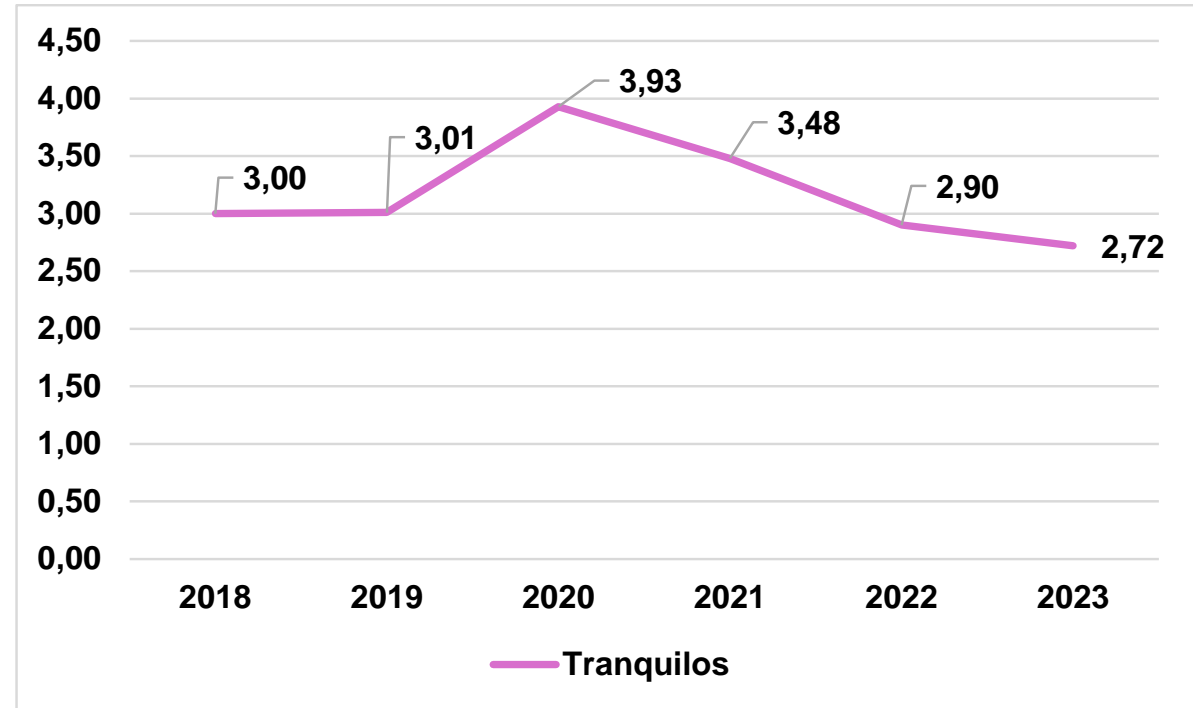


Por tipo de vino con DOP

Evolución del consumo de vino en el hogar por tipo de vino con DOP (litros per cápita)



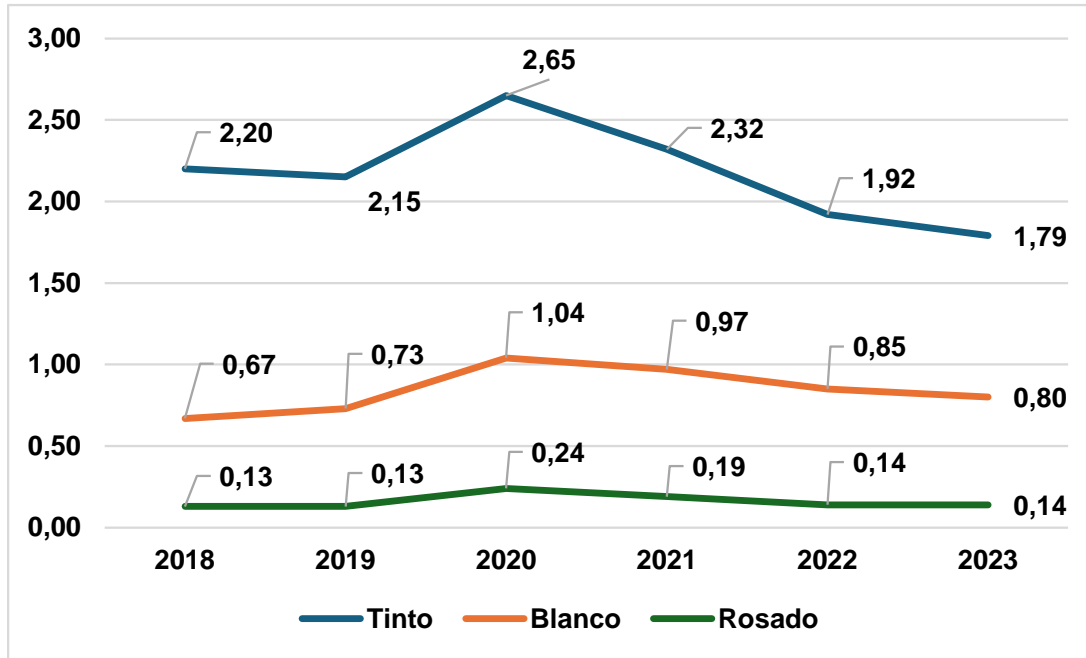
El consumo de vinos espumosos ha alcanzado los niveles anteriores a la pandemia



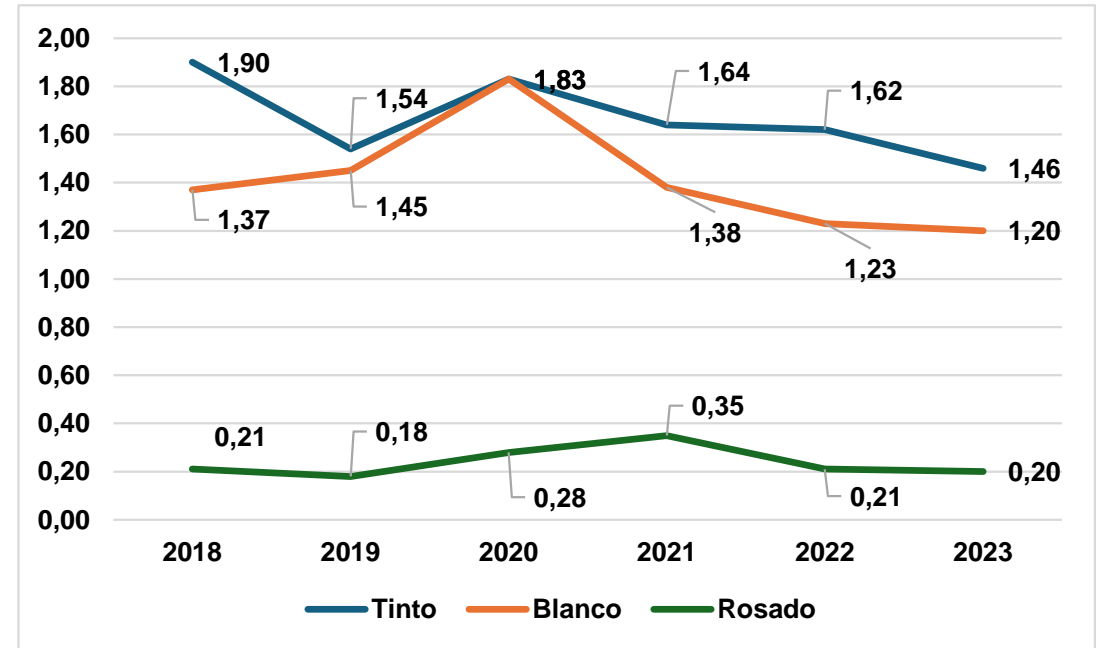
Fuente: MAPA, datos del panel de consumo

Evolución del consumo de vino en el hogar por color (litros per cápita)

Vinos con DOP (tranquilos)



Vinos sin DOP



Fuente: MAPA, datos del panel de consumo

El consumo de vino blanco con DOP ha aumentado con respecto a los niveles anteriores de la pandemia.

- El vino **se sigue consumiendo** más en el hogar que fuera del hogar, aunque el consumo fuera del hogar ha aumentado.
- Las compras de vino han **disminuido en tiendas tradicionales y aumentado en supermercados e internet.**
- En general, el consumo de vino es inferior en 2022-2023 que antes de la pandemia (2018-2019) salvo el de vino espumoso que se ha mantenido y el de vino blanco con DOP que ha aumentado.
- El consumo de vino con DOP ha disminuido menos que el de vino sin DOP.
- El consumo de bebidas derivadas del vino (vermout, sangría y tinto de verano) se ha mantenido estable.

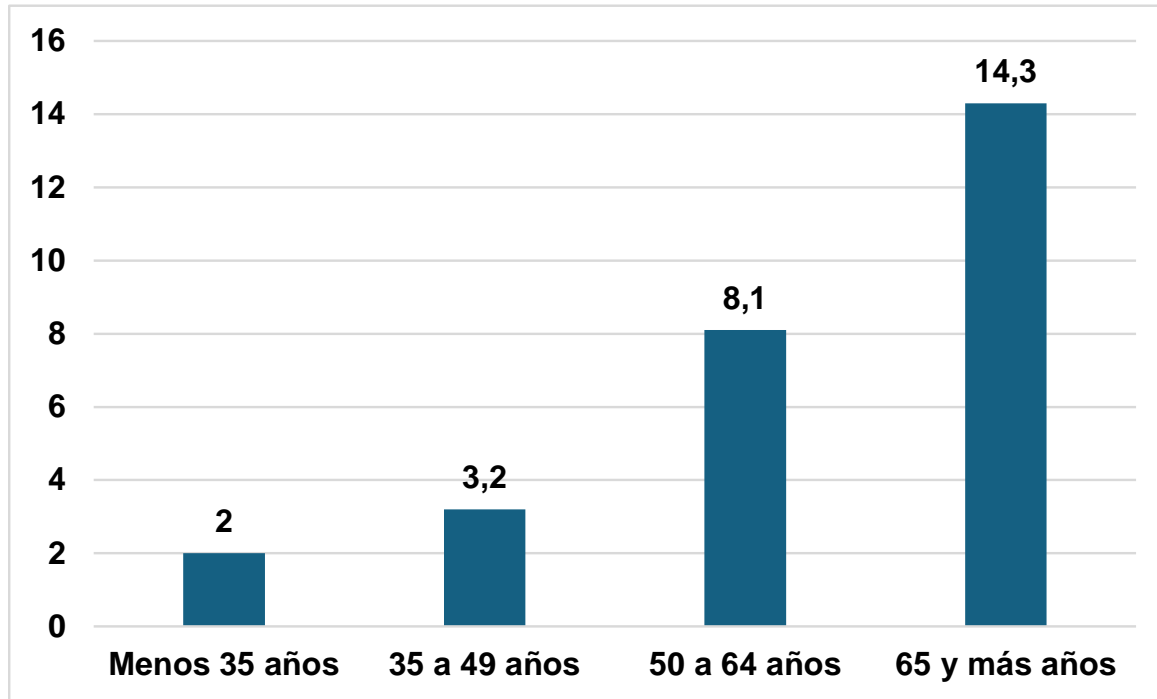
El descenso del consumo de vino es el presente y ¿el futuro?

¿Qué tipo de vinos o derivados del vino conquistarán a los consumidores?

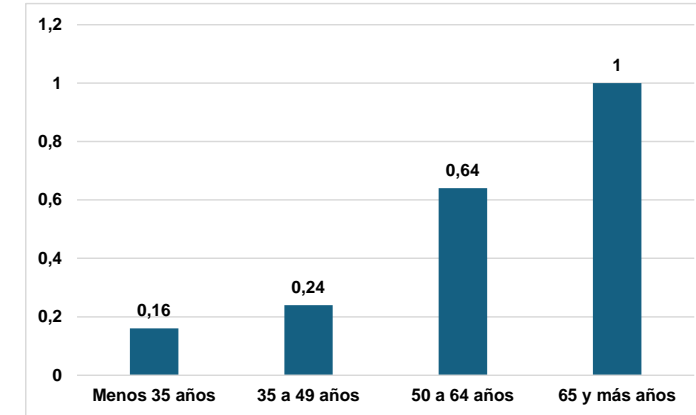
Perfil del consumidor de vino (España)

Consumo de vino en el hogar por edad en 2023 (litros per cápita)

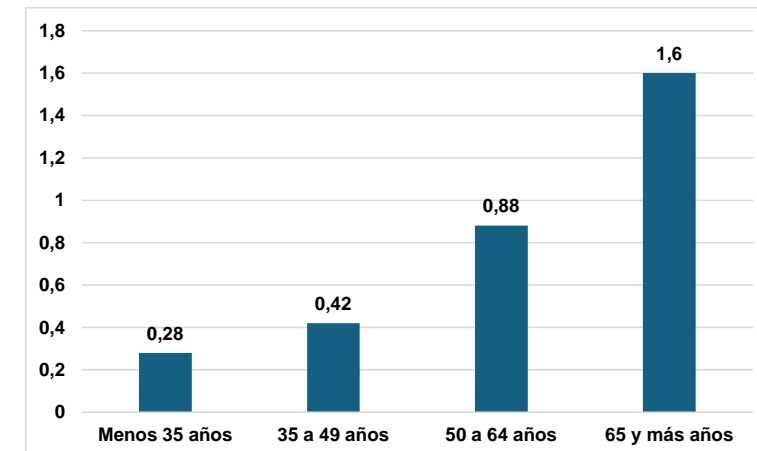
Consumo de vino (medio = 6,9)



Consumo de vino espumoso (medio = 0,52)



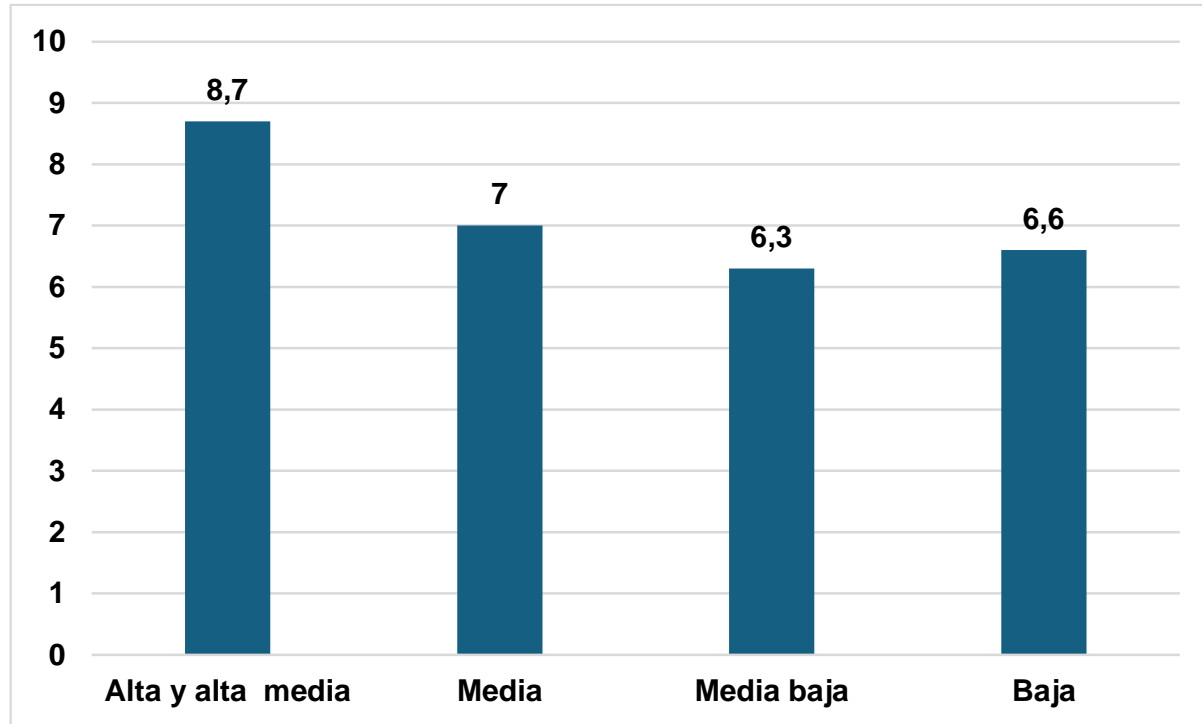
Consumo de vino blanco con DOP (medio = 0,8)



Fuente: MAPA, datos del panel de consumo

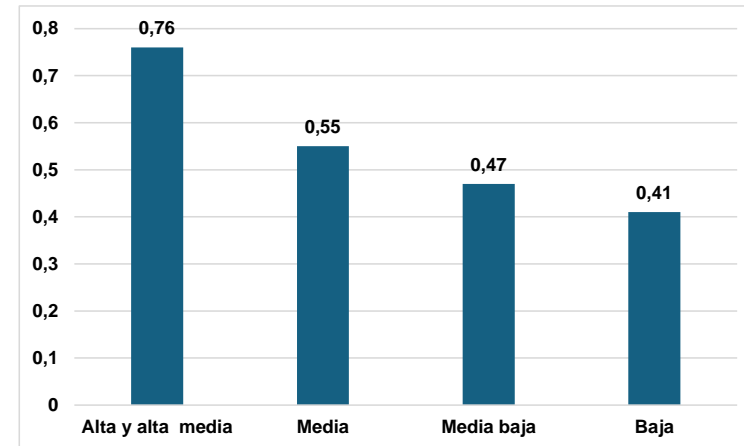
Consumo de vino en el hogar por nivel económico en 2023 (litros per cápita)

Consumo de vino (medio = 6,9)

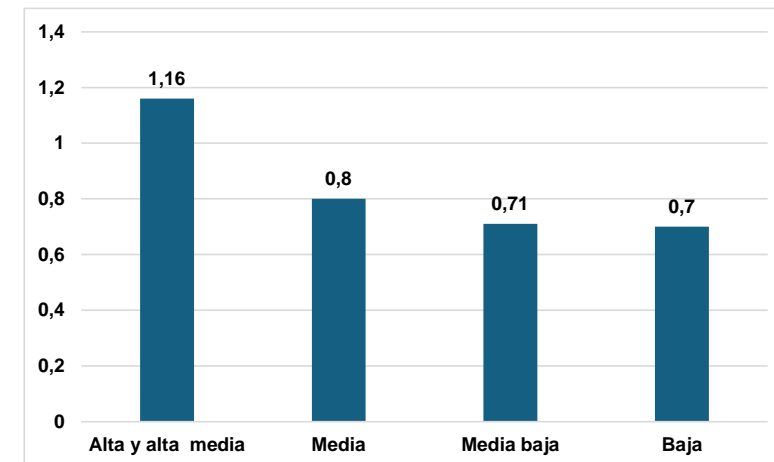


Fuente: MAPA, datos del panel de consumo

Consumo de vino espumoso (medio = 0,52)

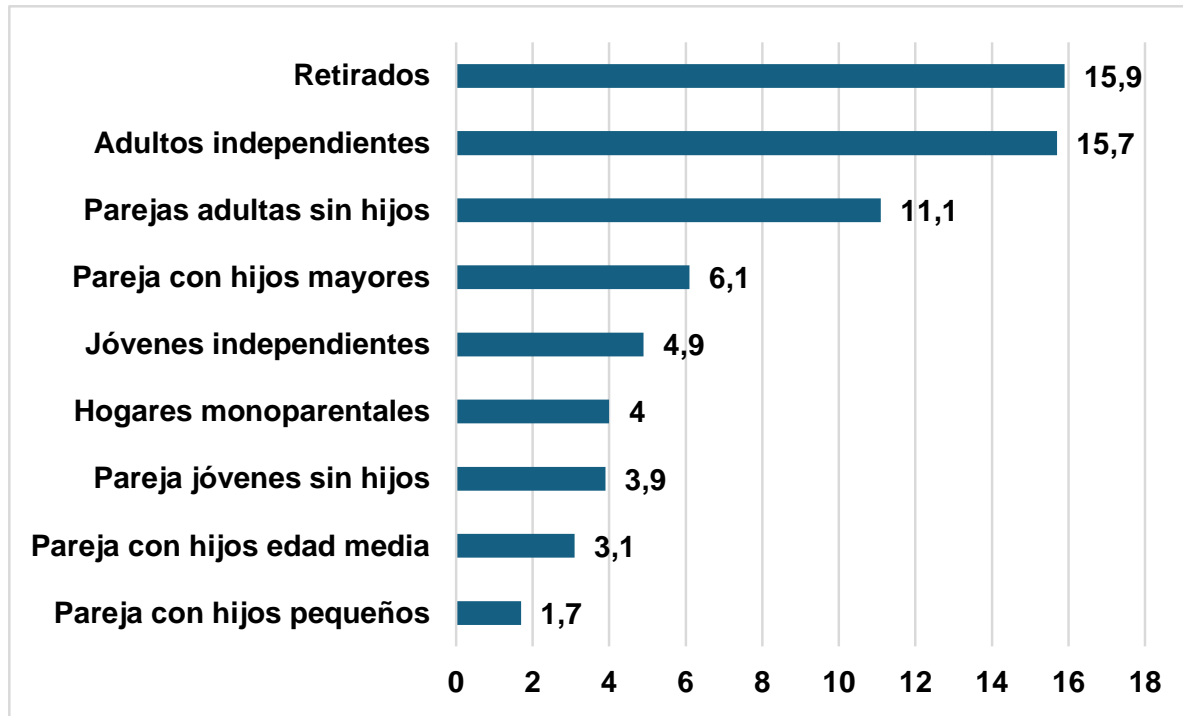


Consumo de vino blanco con DOP (medio = 0,8)



Consumo de vino en el hogar por tipo de hogar en 2023 (litros per cápita)

Consumo de vino (medio = 6,9)

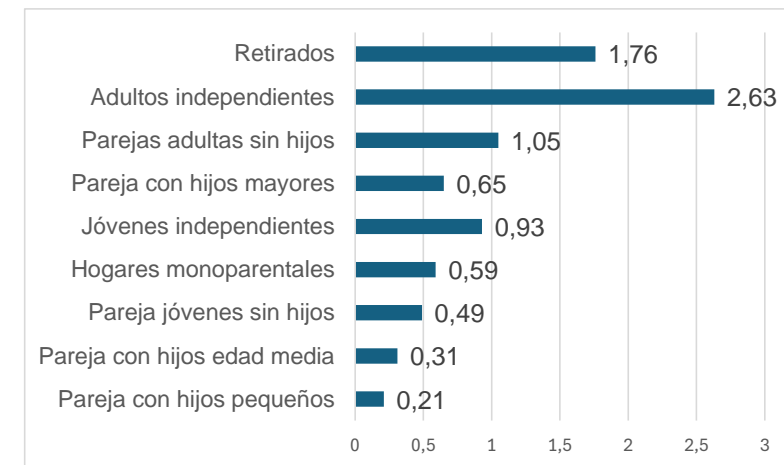


Fuente: MAPA, datos del panel de consumo

Consumo de vino espumoso (medio = 0,52)



Consumo de vino blanco con DOP (medio = 0,8)



Perfil del consumidor de vino según su nivel de conocimiento y frecuencia de consumo

de la categoría:

+ Conocimiento

AMANTE DEL BUEN VINO (15%)

Es el consumidor más experto de todos, que entiende de vinos, busca la excelencia y sabe apreciar lo verdaderamente auténtico. Tiene el paladar desarrollado, le gusta apreciar cada sorbo, buscando notas y matices. No se imagina su vida sin buen vino, es una parte de ella (lo consumen como mínimo una vez por semana).

BEBEDOR SELECTIVO (7%)

Es el consumidor que busca la calidad, es muy selectivo en lo que toma, confía en las marcas conocidas y de buena reputación. No lo toma con tanta frecuencia como el Amante del Buen Vino, pero disfruta con la libertad de elegir distintos tipos de bebida en función de la ocasión o estado anímico para conseguir el maridaje perfecto.

**+ Frecuencia
(HEAVY USERS)**

**- Frecuencia
(LIGHT USERS)**

FAN DEL VINO (45%)

Es el consumidor al que le gusta el vino y lo toma con frecuencia semanal, pero ya que no entiende mucho, prefiere ir a lo seguro y conocido para acertar.

BEBEDOR INDIFERENTE (32%)

Es el grupo menos involucrado en la categoría, tanto en el conocimiento como en el volumen y frecuencia de consumo. Consumen poco vino, sin mucho criterio de elección y no les importa sustituirlo por una buena cerveza.

- Conocimiento

Interprofesional del
VINO DE ESPAÑA

bmc
strategic innovation

9

Fuente: Interprofesional del VINO DE ESPAÑA, Estudio del Mapa Motivacional del Consumo de Vino en España

- Mayor de 50 años, de clase alta/media, retirados que viven solos o en pareja sin hijos.
- El conocimiento sobre el vino y la frecuencia de compra son factores que determinan el perfil del consumidor:

Amantes del buen vino (alto conocimiento y frecuencia de consumo)

Bebedor selectivo (alto conocimiento y menor frecuencia de consumo)

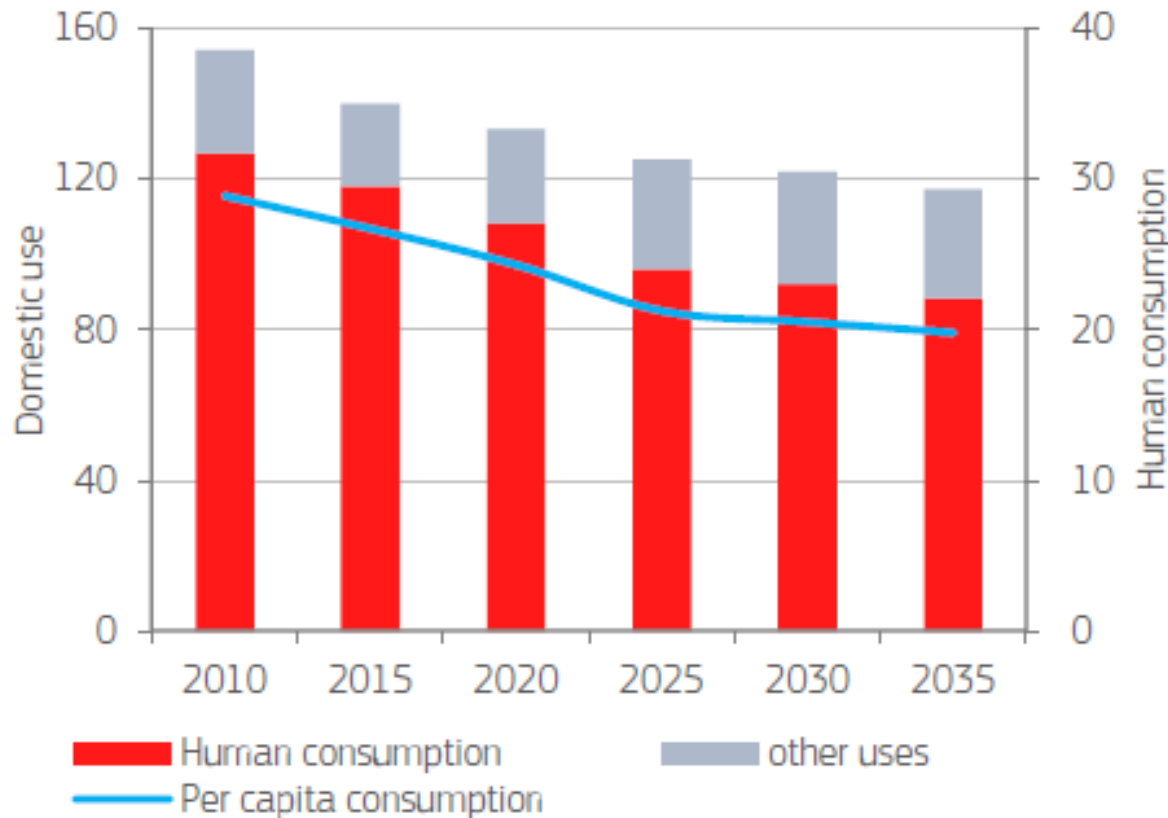
Fan del vino (bajo conocimiento y alta frecuencia de consumo)

Bebedor indiferente (bajo conocimiento y frecuencia de consumo)

¿Cómo llegar a los diferentes perfiles de consumidores?

¿Cuáles son los motivos de estos cambios en el consumo de vino

Evolución del consumo de vino en la UE: predicciones



Fuente: EC (2024), EU agricultural outlook, 2024-2035.
European Commission, DG Agriculture and Rural Development, Brussels.

Motivos del descenso en el consumo de vino

- Las generaciones más jóvenes beben menos alcohol y tienden a preferir otras bebidas.
- El principal motor de esta reducción es la preocupación por la salud, tanto por parte de los consumidores como de los gobiernos.
- Otros factores que contribuyen son:
 - ✓ el cambio de hábitos y preferencias de los consumidores
 - ✓ económicos y socio-demográficos.

1) Los jóvenes, Generación Z (1997-2012) y Millennials (1981-1996):

- consumen menos vino
- buscan opciones **más ligeras y fáciles de beber** (espumosos, blancos, derivados del vino), **vinos con menos contenido alcohólico** y más saludables (**ecológicos**, biodinámicos)

2) Generación X (1965-1980) y Baby Boomers (1946-1964)

- **Mayor arraigo por el vino** y, por lo tanto, **mayor consumo**, que se verá reducido con el paso de los años.
- Buscan **vinos más tradicionales**, los de toda la vida (con DOP, marcas conocidas).

1) Mayor conciencia de los consumidores sobre:

- los efectos negativos del alcohol en la salud (jóvenes)
- los potenciales beneficios para la salud de un consumo **moderado** de vino

2) Nuevas regulaciones y mayores restricciones públicas para reducir el consumo de alcohol

- Aumento de impuestos
- Advertencias sanitarias en el etiquetado del vino (riesgo de desarrollar cáncer por el consumo de alcohol, incluyendo la cerveza y el vino)
- Endurecimiento de los niveles de alcohol en la conducción

Deroover, K., Siegrist, M., Brain, K., McIntyre, J., & Bucher, T. (2021). A scoping review on consumer behaviour related to wine and health. *Trends in Food Science & Technology*, 112, 559-580.

La salud juega un papel controvertido en el consumo del vino

Por una parte, los consumidores perciben:

- al vino como una bebida más saludable que otras bebidas alcohólicas
- al vino tinto como más saludable que el vino blanco
- No tienen claro lo que significa un consumo moderado de vino

Por otra, los consumidores tienden a comprar vinos más saludables:

- Menor contenido de alcohol o sin alcohol
- Sin sulfitos añadidos
- Ecológicos

percibidos como más saludables.

Deroover, K., Siegrist, M., Brain, K., McIntyre, J., & Bucher, T. (2021). A scoping review on consumer behaviour related to wine and health. *Trends in Food Science & Technology*, 112, 559-580.

Crisis económica, inflación, pérdida de capacidad adquisitiva de los consumidores, incertidumbre económica y política, ...

- Más importancia de la relación calidad-precio en las decisiones de compra.
- Vinos más asequibles.
- Aumenta el consumo de vinos de gama baja y freno en la demanda de vinos de gama alta.
- Menor frecuencia de consumo (menos ocasiones de consumo).

Cambios en las preferencias y mayor segmentación de los consumidores de vino

- 1) Los cambios en las preferencias de los consumidores vienen determinados por los aspectos mencionados anteriormente (edad, ciclo de vida, preocupación por la salud, situación económica, etc.).
- 2) Existen muchos segmentos diferentes de consumidores e incluso varios tipos de consumidor de vino en una misma persona.



Difícil conocer y un reto satisfacer la demanda del consumidor (muchos y muy diversos)

Ofrece oportunidades para diversificar la oferta de vinos

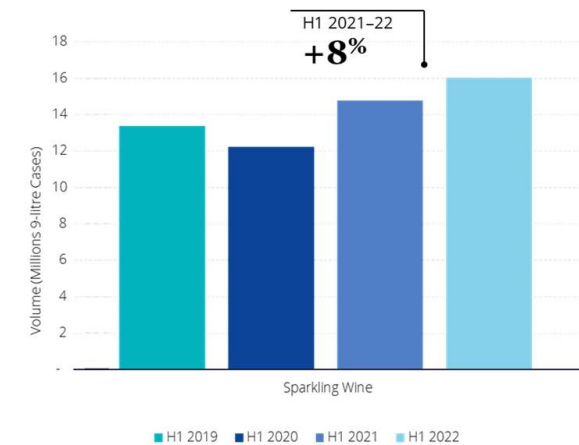
Segmentación del consumidor y diversificación de la oferta de vinos

Vino de alta gama (referencia: El vino de alta gama en España. En el camino de la excelencia. Compés R., Moro C. y Sotés V., (2024) editores. CAJAMAR)

Los vinos de alta gama están funcionando mejor que los vinos de precios más bajos

- Según IWSR (International Wines and Spirits Record), por ejemplo, el consumo de vinos espumosos de alta gama creció un 8% en 2022, lo que también sucede para los vinos tranquilos, pero con menores incrementos que se espera continúen.

Volume consumption of premium+ sparkling wine, across 20 key markets



IWSR Drinks Market Analysis

Copyright 2023 - IWSR - For client use only. Not to be reproduced or resold without permission from IWSR.

Segmentación del consumidor y diversificación de la oferta de vinos

Vino de alta gama (referencia: El vino de alta gama en España. En el camino de la excelencia. Compés R., Moro C. y Sotés V., (2024) editores. CAJAMAR)

Los vinos de alta gama están funcionando mejor que los vinos de precios más bajos

- Según los resultados del “**Golden Vines Report 2024**” Los expertos vuelven a ser optimistas sobre el mercado global de vinos de alta gama. Los profesionales de la industria de 100 países esperan un mercado en crecimiento para vinos premium en 2025 (1200 profesionales del vino fueron entrevistados).
- Los profesionales también identifican una tendencia hacia **variedades de uva autóctonas**, siempre que sean más ligeras, frescas, con menos alcohol, menos calóricas, con menos taninos y más elegantes que otras.

Segmentación del consumidor y diversificación de la oferta de vinos

Vinos ecológicos

- Según IWSR, a nivel mundial, **el consumo de vinos ecológicos** creció a una tasa de crecimiento anual compuesta del 9,2% entre 2017 y 2022. Por ejemplo, en UK y EEUU, el consumo de vinos ecológicos creció a una tasa de crecimiento anual del 9,4% y 14,3%, respectivamente.

[Press-Release-IWSR-Sees-Growth-in-Global-Organic-Wine-Market_9Apr19.pdf](#)

Segmentación del consumidor y diversificación de la oferta de vinos

Vinos ecológicos: perfil de los consumidores (revisión de la literatura - Maesano, Di Vita, Chinnici, Pappalardo y D'Amico (2021) What's in organic wine consumer mind? A review on purchasing drivers of organic wines. *Wine Economics and Policy*, 10 (1), 3-21)

- Las mujeres, los consumidores más jóvenes, con mayor nivel de educación y renta presentan mayor interés por los vinos ecológicos y mayor probabilidad de comprarlos.
- Sin embargo, los jóvenes presentan mayores restricciones económicas lo que limita por otra parte su consumo de vinos ecológicos.
- Los consumidores **perciben** los vinos ecológicos como **más saludables y sostenibles** lo que influye positivamente en la compra de vinos ecológicos.
- No está claro el efecto del **sabor del vino** en el consumo de vinos ecológicos pero la percepción del consumidor de que estos vinos tienen mejor sabor conducirá a un mayor consumo de los mismos.

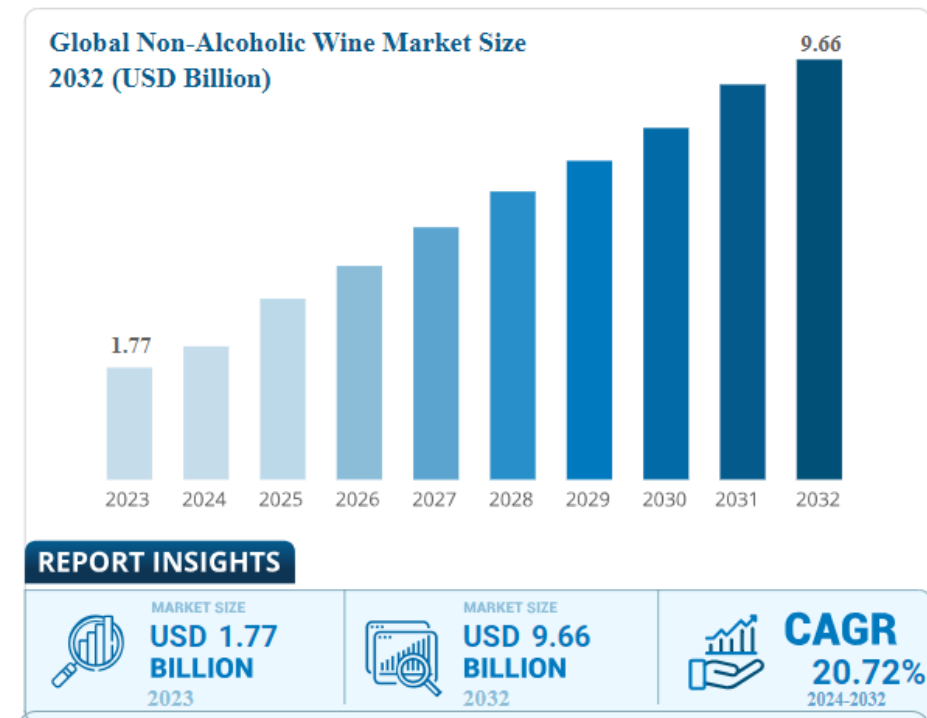
Segmentación del consumidor y diversificación de la oferta de vinos

Vinos desalcoholizados y vinos con bajo contenido de alcohol

Mercado mundial de estos vinos

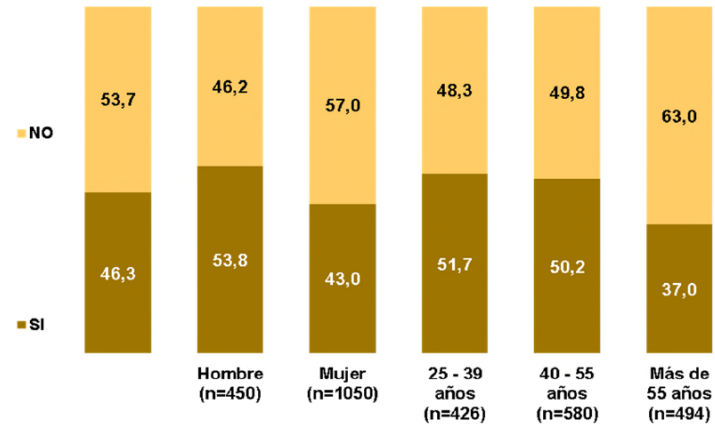
(<https://www.businessresearchinsights.com/es/market-reports/non-alcoholic-wine-market-117385>)

El mercado mundial de vinos sin alcohol ascendió a 1,77 billones de dólares en 2023 y se prevé que alcance los 9,66 en 2032.

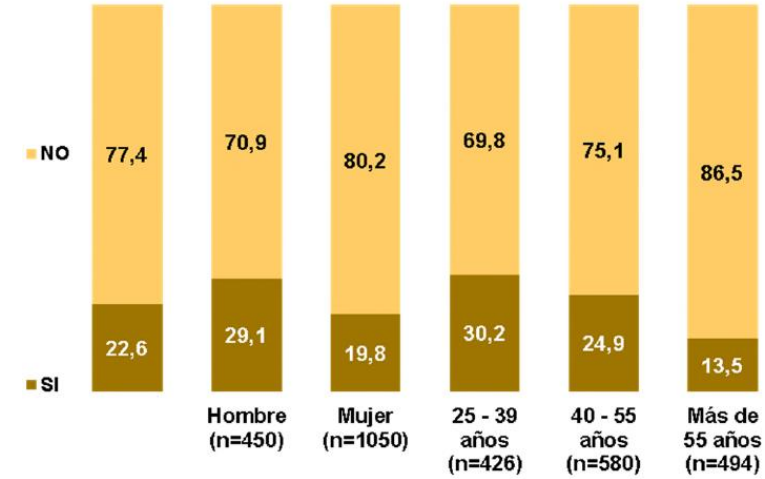


Vinos desalcoholizados y bajo contenido de alcohol

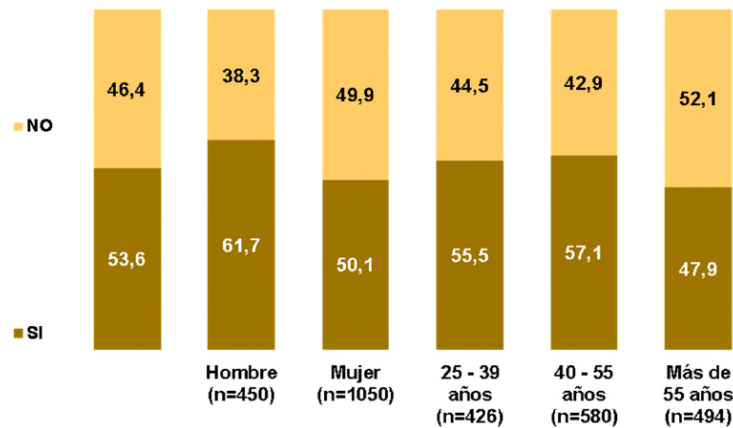
¿Ha oído Ud hablar alguna vez de los vinos desalcoholizados?



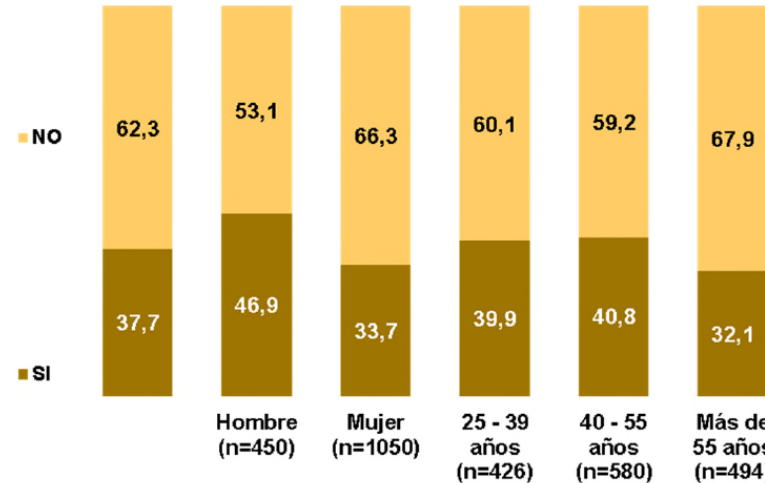
¿Ha consumido Ud alguna vez vinos desalcoholizados?



¿Ha oído Ud hablar alguna vez de los vinos con bajo contenido en alcohol?



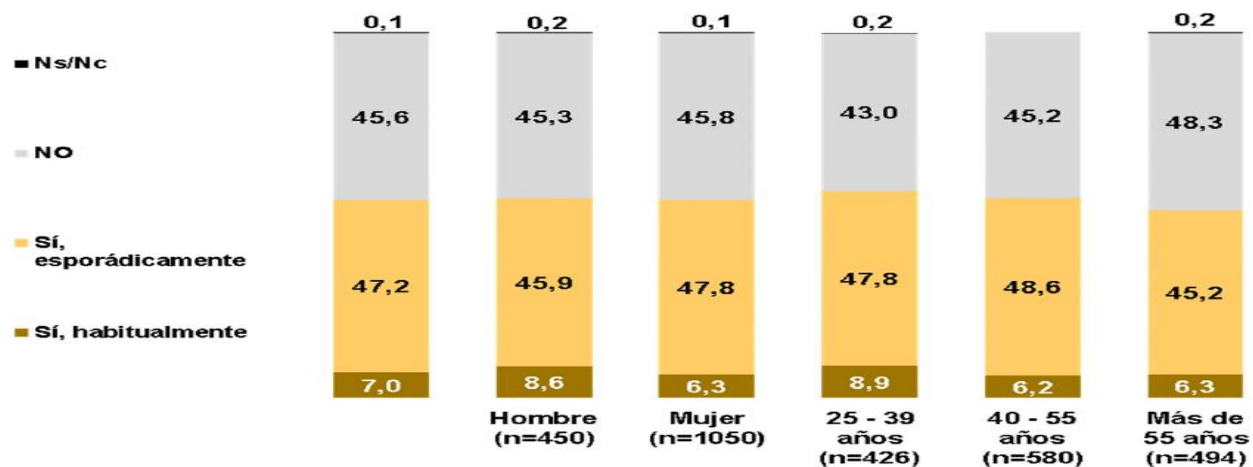
¿Ha consumido Ud alguna vez vinos con bajo contenido de alcohol?



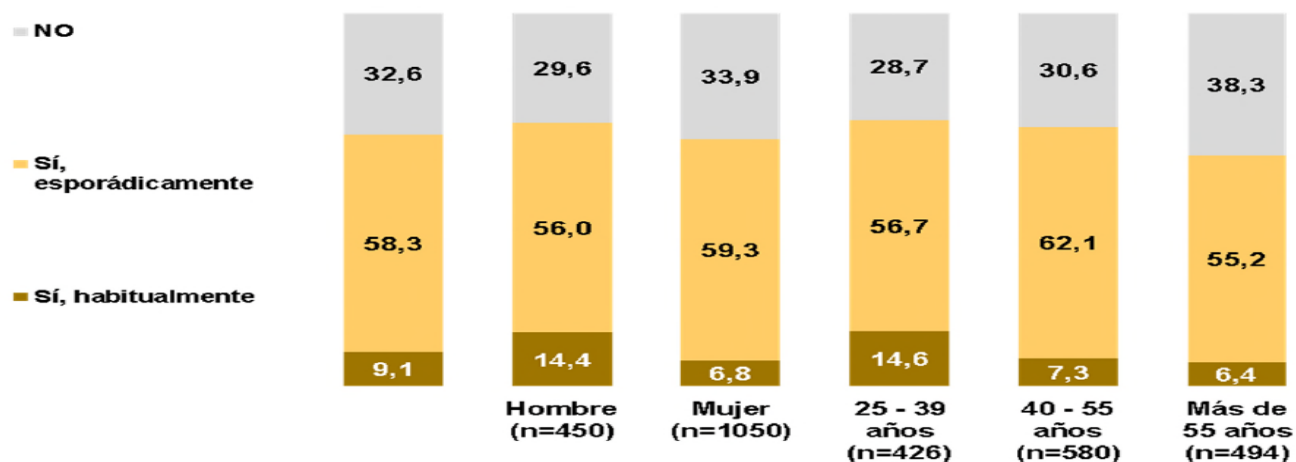
MAPA, 2022. Barómetro del clima de confianza del sector agroalimentario. Monográfico Vinos desalcoholizados y Vinos con bajo contenido de alcohol.

ENOMAQ 2025. El sector del vino frente a los cambios en los mercados y el consumo. Zaragoza, 11 de febrero de 2025

¿Estaría Ud dispuesto a consumir habitual o esporádicamente vinos desalcoholizados? (%)



¿Estaría Ud dispuesto a consumir habitual o esporádicamente vinos con bajo contenido de alcohol? (%)



MAPA, 2022. Barómetro del clima de confianza del sector agroalimentario. Monográfico Vinos desalcoholizados y Vinos con bajo contenido de alcohol.

ENOMAQ 2025. El sector del vino frente a los cambios en los mercados y el consumo. Zaragoza, 11 de febrero de 2025

¿Por qué no estaría dispuesto a consumir vinos desalcoholizados y/o con bajo contenido de alcohol? (%)

	Total 2022	Sexo		Edad		
		Hombre	Mujer	De 25 a 39	De 40 a 55	Más de 55
No se pueden considerar vinos	41,5	37,0	43,3	52,4	43,4	31,8
Prefiero otro tipo de bebidas sin alcohol	40,3	41,4	39,9	35,9	37,1	46,9
Primero tendría que probarlos	27,7	25,5	28,6	29,5	27,0	27,2
Los he probado y no me gusta su sabor	11,4	14,1	10,3	11,2	13,1	9,8
Suelen ser más caros que los vinos tradicionales	10,3	10,9	10,0	10,2	8,7	12,0
No se encuentran en los establecimientos habituales	3,3	2,3	3,7	2,7	4,0	3,0
No me gusta el vino	1,1	0,5	1,4	0,5	0,7	1,9

¿Cuál/es serían los motivos que podrían llevarle a consumir los vinos desalcoholizados y/o con bajo contenido de alcohol? (%)

	Total 2022	Sexo		Edad		
		Hombre	Mujer	De 25 a 39	De 40 a 55	Más de 55
Para evitar los efectos del alcohol en determinadas ocasiones	60,0	58,3	60,7	69,9	63,0	48,0
Por salud, no puedo tomar alcohol	35,6	32,3	37,1	21,1	30,0	54,7
Evitar las calorías del alcohol	23,7	25,2	23,0	28,2	24,7	18,6
Evitar adicciones	9,6	10,9	9,1	12,0	10,2	6,9
La curiosidad de probarlos	0,8	1,1	0,6	0,0	0,5	1,6
Ninguno, no los consumiría	0,8	1,3	0,6	0,5	0,9	1,1

MAPA, 2022. Barómetro del clima de confianza del sector agroalimentario. Monográfico Vinos desalcoholizados y Vinos con bajo contenido de alcohol.

ENOMAQ 2025. El sector del vino frente a los cambios en los mercados y el consumo. Zaragoza, 11 de febrero de 2025

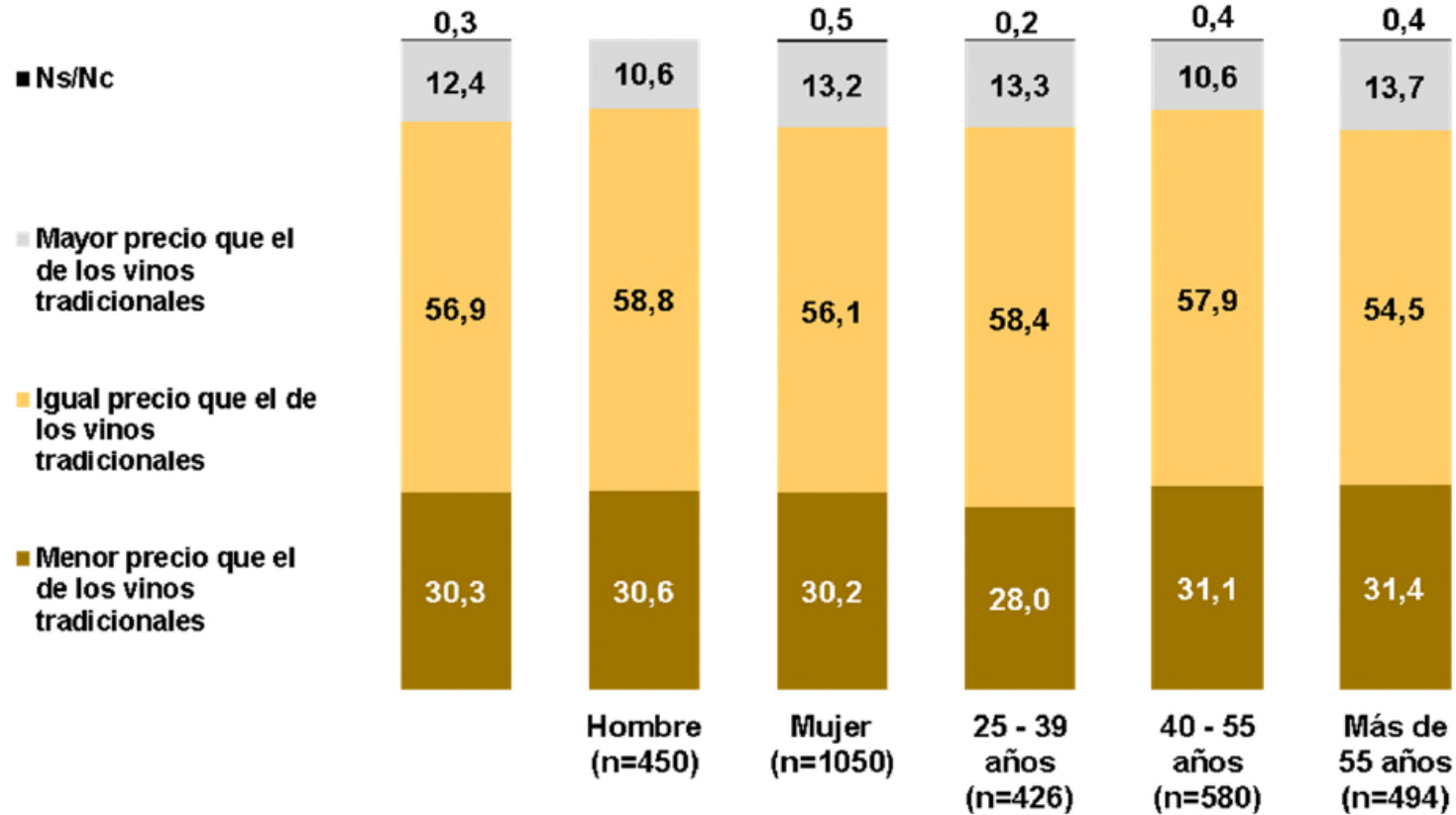
Preferentemente ¿Qué categoría/tipo de vino desalcoholizado y/o con bajo contenido en alcohol consumiría? (%)

	Total 2022	Sexo		Edad		
		Hombre	Mujer	De 25 a 39	De 40 a 55	Más de 55
Tinto	44,1	61,4	36,7	47,6	43,7	41,6
Blanco	26,1	13,6	31,6	26,8	26,3	25,4
Rosado	7,6	5,3	8,6	6,1	6,0	10,7
Espumoso	6,4	4,9	7,1	5,5	8,0	5,4
Indistintamente	12,8	11,9	13,2	12,8	13,9	11,7
Otros	2,7	2,9	2,6	1,2	2,0	4,7
Ns/Nc	0,2	0,0	0,3	0,0	0,2	0,4

MAPA, 2022. Barómetro del clima de confianza del sector agroalimentario. Monográfico Vinos desalcoholizados y Vinos con bajo contenido de alcohol.

ENOMAQ 2025. El sector del vino frente a los cambios en los mercados y el consumo. Zaragoza, 11 de febrero de 2025

¿Qué posicionamiento en precio considera que deberían tener los vinos desalcoholizados y/o con bajo contenido en alcohol? (%)

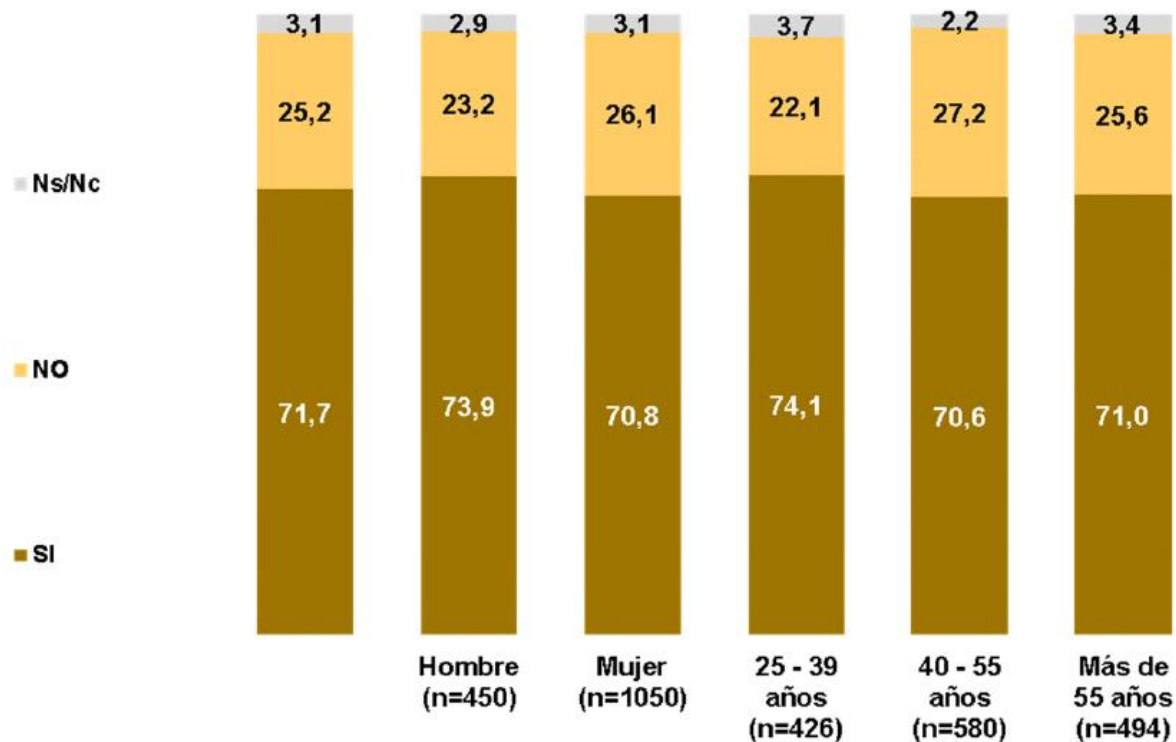


MAPA, 2022. Barómetro del clima de confianza del sector agroalimentario. Monográfico Vinos desalcoholizados y Vinos con bajo contenido de alcohol.

ENOMAQ 2025. El sector del vino frente a los cambios en los mercados y el consumo. Zaragoza, 11 de febrero de 2025

El 6 de diciembre de 2021, la Política Agraria Común de la UE aprobó los términos "desalcoholizado" o "parcialmente desalcoholizado" para los siguientes productos: "vino", "vino espumoso" y "vino de aguja gasificado". ¿Cree que esta normativa ayudará a los consumidores a identificar mejor estas bebidas y los beneficios que conllevan?

(%)



MAPA, 2022. Barómetro del clima de confianza del sector agroalimentario. Monográfico Vinos desalcoholizados y Vinos con bajo contenido de alcohol.

ENOMAQ 2025. El sector del vino frente a los cambios en los mercados y el consumo. Zaragoza, 11 de febrero de 2025



Gracias por su atención

Azucena Gracia agracia@cita-aragon.es