



Blancos, tintos frutales y desalcoholizados marcan tendencia en el vino

✦ José Luis Murcia
Periodista.

Resumen: La incorporación de las generaciones más jóvenes al mundo del vino está suponiendo una auténtica revolución en un sector tan dinámico y cambiante como competitivo, en unos momentos en el que las bodegas no pueden permanecer impasibles. Menos aún tras un año de cosecha cortísima a nivel mundial.

Las tendencias apuntan a un incremento de la demanda de vinos rosados, la adaptación de los viticultores a prácticas cuidadosas con el medio ambiente para proteger sus viñas de fenómenos extremos y lograr una mejor sostenibilidad, el lanzamiento de envases alternativos, la búsqueda de variedades más originales, el incremento de las ventas a través de los canales en línea, el aumento de la demanda de vinos ultrapremium, subida de la demanda de vinos sin alcohol o baja graduación alcohólica y la popularidad cada vez más acentuada de los vinos espumosos.

Palabras clave: *Vino, consumo, tendencias, mercados.*

En un contexto internacional de caída de la producción, bajada del consumo, subida de precios como consecuencia de la inflación e incremento de los precios de los insumos, las empresas afinan sus armas para llegar claramente a los grupos de población que les interesa en función de sus gustos. En este sentido, la publicación www.exploreliquorandwineoutlets.com recalca que el estilo demandado por las nuevas generaciones de consumidores del vino se basa en estilos de vinos más amables y suaves, como rosados de color muy pálido frente al rosa fuerte, y vinos tintos más frutales, ligeros y servidos frescos con variedades como gamay, pinot noir, cabernet franc o dolcetto.

La web resalta el incremento de demanda de otros envases más sencillos y populares entre los jóvenes como las latas con vinos más ligeros, divertidos y sencillos en su consumo, incluido con el añadido de aditivos y gas, con ejemplos como rosados con pomelo, chardonnay californiano con ligeros toques tostados de mantequilla, pinot noir de Willamette Valley, una región de Oregón, o vinos populares como los sauvignon blanc neozelandeses de la región de Marlborough.

También los vinos rosados y/o con burbujas aceleran su camino con variedades como el Prosecco Sparkling Rosé o rosados de la zona de Languedoc como el Gérard Bertrand o burbujas puras como el Martine & Rossi Asti Sparkling Rosé o Sparkling Moscato.

La publicación española www.economista.es hace referencia a las siete tendencias que están marcando el consumo de vinos y destilados durante este año 2023 con vinos “más frescos, blancos insólitos, sabores ahumados, añadas antiguas, destilados abandonados por *celebrities* y elaboraciones ancestrales”.

Según El Economista los tintos son más frescos y ligeros, con menor graduación alcohólica, con cierto carácter atlántico, como tintos gallegos con variedades autóctonas u otras variedades adaptadas al terreno como la trepat catalana o alguna monastrell levantina. Determinadas áreas de elaboración típica de tintos como Rioja o Ribera del Duero han derivado a blancos aromáticos y frescos como es el caso de la variedad tempranillo blanco de Viña Ijalba, o Roda con un vino con viura, malvasía o garnacha blanca, en el primer caso, y con el uso de la variedad albillo mayor en Ribera del Duero.

Tanto en vino como en destilados aparecen ejemplos ligados a apellidos célebres como el del cineasta Francis Ford Coppola y su hija Sofía a excelentes vinos californianos con la firma de Coppola Diamond Collection Claret, el rosado Hampton de Bon Jovi y su hijo Gérard Bertrand o el tequila Blanco de Casamigos, una mar-

ca fundada por el popular actor George Clooney y sus amigos Rande Gerber y Michael Meldman.

Algunos actores del consumo, especialmente maduritos, comienzan a reivindicar, según El Economista, una vuelta a los vinos de toda la vida con vinos como el Valduero 12 años Gran Reserva 2001, al renacer de los claretes en determinadas zonas de España como Cigales o Métrida con el Valdiniebla Clarete o a la elaboración de vinos tranquilos en zonas de generosos como Montilla-Moriles o el Marco de Jerez. Y también en lugares como Lebrija (Sevilla) con el Nbris Palomino Bajo Velo 2009, de la bodega González Palacios, con elaboraciones arraigadas antes del siglo XIX cuando se comenzaron a fortificar los vinos.

Técnicas ancestrales de tonos ahumados son también tendencia en algunos espirituosos como el mezcal Del Maguey, el güisqui turbado Ardbeg 10 Años o el vermú ahumado Dos Déus Origins Dip Smoked.

El cambio climático, según la publicación, ha empujado también al descubrimiento de nuevas zonas

Determinadas áreas de elaboración típica de tintos como Rioja o Ribera del Duero han derivado a blancos aromáticos y frescos como es el caso de la variedad tempranillo blanco de Viña Ijalba, o Roda con un vino con viura, malvasía o garnacha blanca, en el primer caso, y con el uso de la variedad albillo mayor en Ribera del Duero



como Burgos y Soria en Ribera del Duero; Rapolao en El Bierzo o países como Inglaterra con bodegas excepcionales como Nyetimber, en West Sussex, con sus excelentes espumosos, que en nada envidian a los buenos champagne, o tintos ligeros de pinot noir en la Patagonia.

El Economista ubica a Portugal como país de moda por su gran diversidad en uvas autóctonas, la gran oferta de sus múltiples territorios con “autenticidad, tipicidad y auténticas joyas enológicas por descubrir” con regiones vitivinícolas como Bairrada, Alentejo, Dao o bodegas como Troadella o Herdade de Colheiros.

TENDENCIAS SEGÚN EL CONCURSO MUNDIAL DE BRUSELAS

Valentina Philips, miembro del equipo organizador del Concurso Mundial de Bruselas, probablemente el más prestigioso del mundo, presenta un reportaje sobre las nuevas tendencias de vino en 2023 tras retos tan importantes como la pandemia del COVID19, el cambio climático, la industria vitivinícola o las nuevas demandas de los consumidores.

La autora recuerda las tendencias en boga en todo el mundo, como el incremento de la demanda de vinos rosados, la adaptación de los viticultores a prácticas cuidadosas con el medio ambiente para proteger sus viñas de fenómenos extremos y lograr una mejor sostenibilidad, el lanzamiento de envases alternativos, la búsqueda de variedades más originales, sobre todo por parte de los *milenials*, el incremento de las ventas a través de los canales en línea, el aumento de la demanda de vinos ultrapremium pese a los problemas de crisis e inflación, subida de la demanda de vinos sin alcohol o baja graduación alcohólica y la popularidad cada vez más acentuada de los vinos espumosos.

Philips argumenta que las generaciones más jóvenes apuestan muy fuerte por el respeto al medio ambiente y quieren que los vinos que compran cuenten con ese plus que dan determinadas prácticas de elaboración como vinos ecológicos y biodinámicos, uso menor de productos fitosanitarios, reciclaje de agua y oferta de envases alternativos. La generación Z exige, además, prácticas empresariales éticas, apoyo de los consumidores a productores comprometidos con estos valores e inversión empresarial en equidad, diversidad e inclusión.

Los problemas medioambientales sufridos en regiones como Borgoña o Napa con incendios, heladas, tormentas y sequías han desviado la atención hacia nuevas áreas geográficas menos conocidas y con vi-



nos más asequibles como Beaujolais, Mâcon o Côte Chalonnaise y la sustitución del casi inalcanzable Chablis por otros blancos de Jura o Saboya, de la Maremma toscana, de Grecia o de Franciacorta frente al champagne tradicional. Apuesta por la originalidad de los vinos portugueses y autóctonas de todo el mundo como godello y sumoll en España, xinomavro y assyrtiko en Grecia y otras uvas de Europa del Este, Turquía, Hungría o Georgia. También las variedades híbridas del Este de Europa, perfectamente adaptadas a su terreno, son cada vez más apreciadas al conseguir frenar enfermedades como el mildiu o hacer frente a la sequía o a las temperaturas extremas.

Los vinos sin alcohol o con bajo contenido alcohólico son también una tendencia cada vez más destacada entre los nuevos consumidores por cuestiones de salud y bienestar y sus ventas; según datos de la consultora IWSR, superaron en 2022 los 11.000 millones de dólares, una cantidad que podría incrementarse en más de un 30% en los próximos tres años.

Frente al concepto de bebida elitista y de temporada del pasado, el vino espumoso sigue incrementando sus ventas y el clasicismo de champagne, cava o prosecco dejan paso a botellas más económicas como el crémant, el franciacorta o el lambrusco. Lo mismo ocurre con los vinos de aguja. En Estados Unidos, sin ir más lejos, se espera que las ventas de espumoso de este año puedan superar a la cerveza como bebida alcohólica más consumida.

Los cócteles de vino comienzan a cobrar fuerza, así como los envases alternativos a la tradicional botella de vidrio. No hay que olvidar que la fabricación y el transporte de una botella de vino representa hasta el 68% de la huella de carbono del producto, mientras un bag-in-box ofrece una reducción de estas emisiones del 90% frente a la botella de vidrio.

Los vinos sin alcohol o con bajo contenido alcohólico son también una tendencia cada vez más destacada entre los nuevos consumidores por cuestiones de salud y bienestar y sus ventas; según datos de la consultora IWSR, superaron en 2022 los 11.000 millones de dólares, una cantidad que podría incrementarse en más de un 30% en los próximos tres años

Finalmente, el comercio electrónico gana cierto terreno por la comodidad del consumidor de recibir el vino en su domicilio y con la ventaja de ser muy rentable para las bodegas más pequeñas que pueden comercializar sus productos con mayor eficacia.

La publicación www.countryandtownhouse.com señala que las tendencias más importantes durante 2023 en el consumo de vino llevan a vinos y espirituosos desalcoholizados o con bajo contenido alcohólico, en el adiós al vidrio en beneficio del bag in box o la lata, la búsqueda de nuevas variedades y territorios como albariño de Ucrania o chardonnay inglés.

La revista americana Forbes, por su parte, incide también en los vinos desalcoholizados o de baja graduación alcohólica, los populares sauvignon blanc neozelandeses, los vinos espumosos, los vinos italianos como el pinot grigio y el prosecco, los cócteles de vino y el bag in box; mientras la publicación suiza www.vinid.ch reitera los argumentos de la sostenibilidad, salud y bienestar, venta directa al consumidor, apuesta por los vinos premium, innovaciones en envases, monovarietales autóctonos alternativos, focalización en los vinos del territorio con el plus de proximidad, versiones digitales del vino, personalizar experiencias de grupos y enoturismo y su expansión.

La publicación www.8wines.com considera que una de las tendencias más importantes en la actualidad reside en los cócteles de vino y en vinos de baja graduación alcohólica o con diseño juvenil para consumir en lata, mientras entre los consumidores más exigentes se apuesta por el champagne tradicional con vitolas como orgánico o diferente y alternativas de alta calidad como los espumosos de Franciacorta, en Italia.

Otros vinos por los que apuesta la publicación son los espumosos del Nuevo Mundo, los de la variedad chardonnay de países como Argentina, el cuidado del medio ambiente con variedades perfectamente adaptadas al terreno, el crecimiento del comercio electrónico, el auge de los vinos naturales y el reforzamiento de figuras como el vino ecológico o biodinámico.

CAÍDA DE LA PRODUCCIÓN MUNDIAL

La producción mundial de vino en 2023 será sin duda la más baja de los últimos 60 años, según comunicó el pasado 7 de noviembre el jefe del Departamento de Estadística y Transformación Digital de la Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV), Giorgio Delgrosso, quien remite a los 214 millones de hectólitos de 1961.

De esta forma, las previsiones de 2023 van a oscilar entre los 246,6 millones de hectolitros la más optimista a 241,7 millones la más pesimista, con una media algo superior a los 244 millones de hectolitros, por debajo, no obstante, de los 248 millones de hectolitros de 2017, una cosecha considerada ya baja de por sí.

Delgrosso resaltó la caída en picado de la producción en la Unión Europea, especialmente en España e Italia debido a condiciones atmosféricas desfavorables tan dispares como sequías, tormentas e inundaciones, que provocaron, además, problemas de mildiu, oidio, araña roja y mosquito verde.

Francia vuelve a ser, después de varios años, primer productor con una previsión cercana a los 46 millones de hectolitros, su media habitual, mientras Italia rozaría los 44 millones y España superaría por poco los 30,5 millones de hectolitros de vino, exceptuando mostos y zumos de uva. Las caídas son además del 45% en Grecia, del 41% en Croacia y del 20% en Eslovaquia.

Por el contrario, Rumanía sube un 15% hasta los 4,4 millones de hectolitros, Portugal un 8% hasta rozar los 7,5 millones de hectolitros; y Bulgaria un 7% hasta los 0,9 millones de hectolitros.

Fuera de la UE, Estados Unidos crece un 12% hasta superar los 25 millones de hectolitros, mientras Georgia retrocede un 28% hasta 1,5 millones de hectolitros y Moldavia un 10% hasta 1,3 millones de hectolitros.

Las caídas son todavía más dolorosas en el hemisferio sur con un retroceso general del 19% y bajadas del 34% en Uruguay hasta 0,5 millones de hectolitros, del

30% en Brasil hasta 2,3 millones, del 24% en Australia hasta 9,9 millones, del 23% en Argentina hasta 8,8 millones, del 20% en Chile hasta los 10 millones y del 10% en Sudáfrica hasta los 9,3 millones de hectolitros.

Algo menos baja Nueva Zelanda, un 6%, hasta los 3,6 millones de hectolitros, eso sí con un crecimiento del 14% con respecto a la media de los últimos cinco años. La cosecha de este hemisferio es la peor de los últimos cinco años. La cosecha de este hemisferio se presenta como la peor desde 2003.

COMERCIO INTERNACIONAL A LA BAJA

A la par, el comercio internacional del vino cayó en el interanual a junio de 2023 un 4,7% en volumen hasta los 102,69 millones de hectolitros por valor de 37.634 millones de euros, un 3,6% superior al mismo periodo del año anterior, con una subida del precio medio cercano al 9% con 3,66 euros el litro.

El vino envasado tranquilo, que supone el 53% de las ventas en volumen, cayó un 4,3% hasta los 54,35 millones de hectolitros, a la par que subió un 2,1% en valor hasta los 25.226 millones de euros, a un precio medio de 4,64 euros el litro.

El vino espumoso, que acapara el 10,80% de las ventas, se mantuvo estable con 11,12 millones de hectolitros con una subida del 10% en facturación hasta los 9.076 millones de euros y un incremento del precio medio en idéntico porcentaje con 8,16 euros el litro.

El vino a granel, un 32% del total, bajó sus ventas un 6,4% hasta los 32,88 millones de hectolitros y un ligerísimo 0,5% en valor hasta los 2.529,50 millones de euros, a un precio medio que subió un 6,4% hasta los 0,77 euros el litro.

El vino en bag in box, 3,7% del total, fue el único que incrementó sus ventas un 1,4% hasta los 3,81 millones de hectolitros con una facturación superior en un 5,8% hasta los 711 millones de euros, a un precio medio un 4,3% más alto con 1,87 euros el litro.

Finalmente, las ventas de mostos y jugos de uva, que alcanzan únicamente al 0,5% del total, cayeron un 39,5% en volumen hasta los 0,53 millones de hectolitros por un 26% menos en valor hasta los 91,2 millones de euros, a un precio medio que creció un 22% hasta 1,73 euros el litro.

Las exportaciones en volumen, por segundo año consecutivo tras adelantar a España, las lidera Italia con 21,75 millones de hectolitros por importe de 7.856,50 millones de euros, a un precio medio de 3,61 euros el litro, por delante de nuestro país con 21,07 millones de hectolitros por 3.034 millones de euros, a un precio medio de 1,44 euros el litro.

Tercera en volumen y primerísima en valor es Francia con 13,58 millones de hectolitros por un montante de 12.483 millones de euros, a un precio medio de 9,19 euros el litro; mientras cuarta se sitúa Chile con 7,24 millones de hectolitros por un total de 1.608 millones de euros, a un precio medio de 2,22 euros el litro.

Quinta es Australia con 6,37 millones de hectolitros por 1.302 millones de euros, a un precio medio de 2,04 euros el litro, mientras sexta es Sudáfrica con 3,76 millones de hectolitros por valor de 608 millones de euros, a un precio medio de 1,62 euros el litro.

Séptima se sitúa Alemania con 3,42 millones de hectolitros por 1.064 millones de euros, a un precio medio de 3,11 euros el litro y octava es nuestra vecina Portugal con 3,29 millones de hectolitros por 956 millones de euros, a un precio medio de 2,91 euros el litro.

Y novena es Nueva Zelanda, con una producción algo superior a los 3,3 millones de hectolitros, que ha exportado 3,15 millones de hectolitros por un monto de 1.418 millones de euros, a un precio medio de 4,50 euros; precio solo superado por Francia, gracias a sus ventas exteriores de champagne y grandes vinos de Burdeos y Borgoña. Nueva Zelanda hace valer la gran calidad de sus vinos de la variedad sauvignon blanc.

ESTADOS UNIDOS, LÍDER EN IMPORTACIONES

Las importaciones de vino las encabeza Estados Unidos con 13,74 millones de hectolitros por importe de



6.925 millones de euros, a un precio medio de 5,04 euros el litro; por delante de Alemania, primero hasta hace un par de años, con 13,67 millones de hectolitros por valor de 2.709 millones de euros, a un precio medio de 1,98 euros el litro.

Tercero es Reino Unido con 12,54 millones de hectolitros por un montante de 4.706 millones de euros, a un precio medio de 3,75 euros el litro, mientras Francia, cuarto comprador, adquirió 6,17 millones de hectolitros por 1.023 millones de euros, a un precio medio de 1,66 euros el litro, buena parte de ellos de vino a granel.

Quinto importador es Países Bajos con 4,60 millones de hectolitros por 1.534 millones de euros, a un precio medio de 3,33 euros el litro. Sexto es Rusia, que crece en sus compras pese a limitar las de vino a granel, con 4,25 millones de hectolitros por 1.211 millones de euros, a un precio medio de 2,85 euros el litro.

Séptimo comprador es Canadá con 3,93 millones de hectolitros por 1.998 millones de euros, a un precio medio de 5,08 euros el litro y octavo es Bélgica con 3,27 millones de hectolitros por 1.261 millones de euros, a un precio medio de 3,85 euros el litro.

Merece la pena destacar en este capítulo el papel de China, quinto comprador habitual en la era prepandemia y décimo ahora, que ha caído en sus compras y consumo de vino hasta los 2,81 millones de hectolitros, un 29% menos que las pírricas compras del año pasado, por valor de 1.245 millones de euros, un 12,4% menos, a un precio medio de 4,43 euros el litro, eso sí un 23,3% superior. También es importante resaltar el papel de Japón con unas importaciones de 2,53 millones de hectolitros, un 0,4% más, por valor de 1.769 millones de euros, superior en un 11,2%, a un precio medio de 6,99 euros el litro, un 10,8% más que en el mismo periodo del año anterior.

FRENO MUNDIAL AL CONSUMO

El consumo de vino a nivel mundial se frenó ligeramente con los datos de 2022, según el informe de coyuntura de la Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV), presentado en abril de 2023, apunta a un leve retroceso del 1% con 232 millones de hectolitros, caída que se acentúa más en la Unión Europea con una caída del 2% hasta los 111 millones de hectolitros, en un contexto donde Estados Unidos destaca como el primer consumidor global con 34 millones de hectolitros, muy por delante de los 25,3 millones de Francia, los 23 millones de Italia o los 19,4 millones de hectolitros

Las importaciones de vino las encabeza Estados Unidos con 13,74 millones de hectolitros por importe de 6.925 millones de euros, a un precio medio de 5,04 euros el litro; por delante de Alemania, primero hasta hace un par de años, con 13,67 millones de hectolitros por valor de 2.709 millones de euros, a un precio medio de 1,98 euros el litro

de Alemania. Quinto es Reino Unido con 12,8 millones, sexto Rusia con 10,8 millones y séptimo España con 10,3 millones de hectolitros.

Por otra parte, el consumo per cápita en aquellos países que, al menos, beben dos millones de hectolitros (es decir, dejando fuera plazas como El Vaticano, Andorra o Luxemburgo), lo encabeza Portugal con 67,5 litros por persona y año, seguido de Francia con 47,4 litros, Italia con 44,4 litros, Suiza con 35,5 litros, Austria con 30,8 litros, Alemania con 27 litros y Australia con 26,1 litros. La décima posición la ostentan ex aequo República Checa y España con 25,3 litros en cada caso. Esta clasificación se divide entre las ventas internas totales, tanto del vino del país como importado, y se divide, según los parámetros de la FAO, entre toda la población mayor de 15 años de cada país.

CONSUMO Y GASTO EN ESPAÑA

De acuerdo con los datos que se recogen en Alimentación en España 2023, editado por Mercasa -www.mercasa.es/publicaciones/alimentacion-en-espana-, durante el año 2022, los hogares españoles consumieron 412,0 millones de litros de vinos y derivados y gastaron 1.217,8 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 8,9 litros de consumo y 26,3 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a los vinos sin DO/IGP (3,1 litros por persona y año) y a los vinos tranquilos (2,9 litros per cápita), seguidos de los espumosos, con 0,5 litros por persona al año. En términos de gasto, los vinos tranquilos concentran el 50,6%, con un total de 13,3 euros por persona, los vinos sin DO/IGP presentan un porcentaje del 16,7% y un total de 4,4 euros por persona al año, mientras que los espumosos suponen un 11,0% del gasto con un total de 2,9 euros per cápita al año.

Por su parte, el consumo extradoméstico de vino y derivados fue en 2022 de 143,5 millones de litros, que suponen 4,2 litros per cápita al año. El gasto total ascendió a 1.042,5 millones de euros que suponen 30,3 euros de gasto per cápita.

Las consumiciones de vino y derivados llegan a 329,9 millones –de forma concreta, 20,0 por persona-. Durante el último año, un 47,8% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado vino y derivados en alguna consumición fuera del hogar.

Destaca el consumo extradoméstico de vino tinto que supone un 38,7% del consumo total, un 46,4% del valor total y un 40,2% sobre el total de consumiciones realizadas en este producto. Durante el año 2022, se ha producido un incremento del 11,1% en el consumo extradoméstico de vino y derivados.

Por su parte, un informe elaborado por el Observatorio Español del Mercado del Vino (www.oemv.es) con datos de consumo de España en el interanual a julio de 2023, indica una caída del 6,5% en relación con el mismo mes de 2022 hasta situarse en 9,64 millones de hectolitros, con una levisima recuperación de 0,2 millones con respecto al mes anterior,

lejos aún de los 11 millones de hectolitros de febrero de 2020, justo antes del arranque de la pandemia.

Las ventas conjuntas de Alimentación y Hostelería, según este informe, descendieron un 1,7% en volumen hasta los 6,22 millones de hectolitros y subieron un 5,5% en valor hasta los 3.053 millones de euros, con un precio medio que asciende un 7,4% hasta los 4,91 euros el litro.

Estos datos, recopilados por la consultora internacional Nielsen, hablan de una caída del 4,2% en Alimentación con 4,06 millones de hectolitros y una subida del 0,5% en valor hasta los 1.694 millones de euros, con un precio medio de 4,18 euros el litro. Mientras, las ventas en hostelería crecieron un 3,2% hasta los 2,16 millones de hectolitros y un 12,6% en valor hasta los 1.359 millones de euros, con un precio medio de 6,28 euros el litro.

Los vinos con Denominación de Origen Protegida (DOP) supusieron en este periodo casi el 57%, los vinos espumosos rozaron el 7%, los vinos con Indicación Geográfica Protegida (IGP) alcanzaron el 3,6% y los vinos sin denominación de origen ni indicación geográfica protegida abarcaron el 30% de las ventas. ■

Denominación de origen

