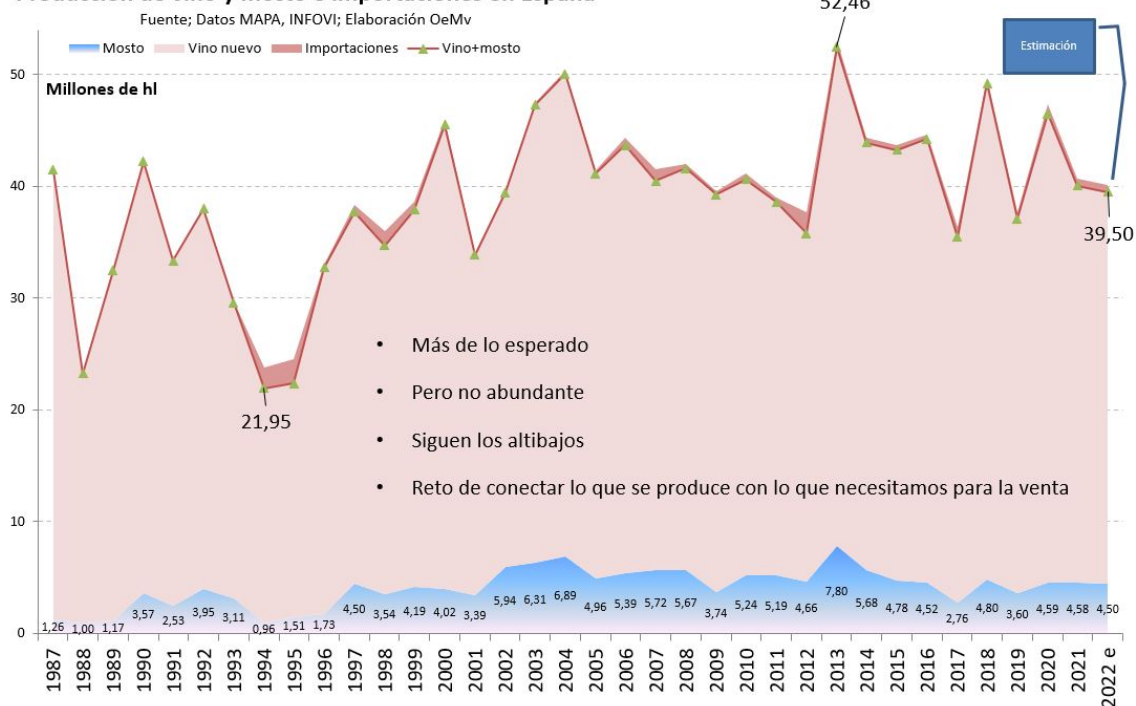


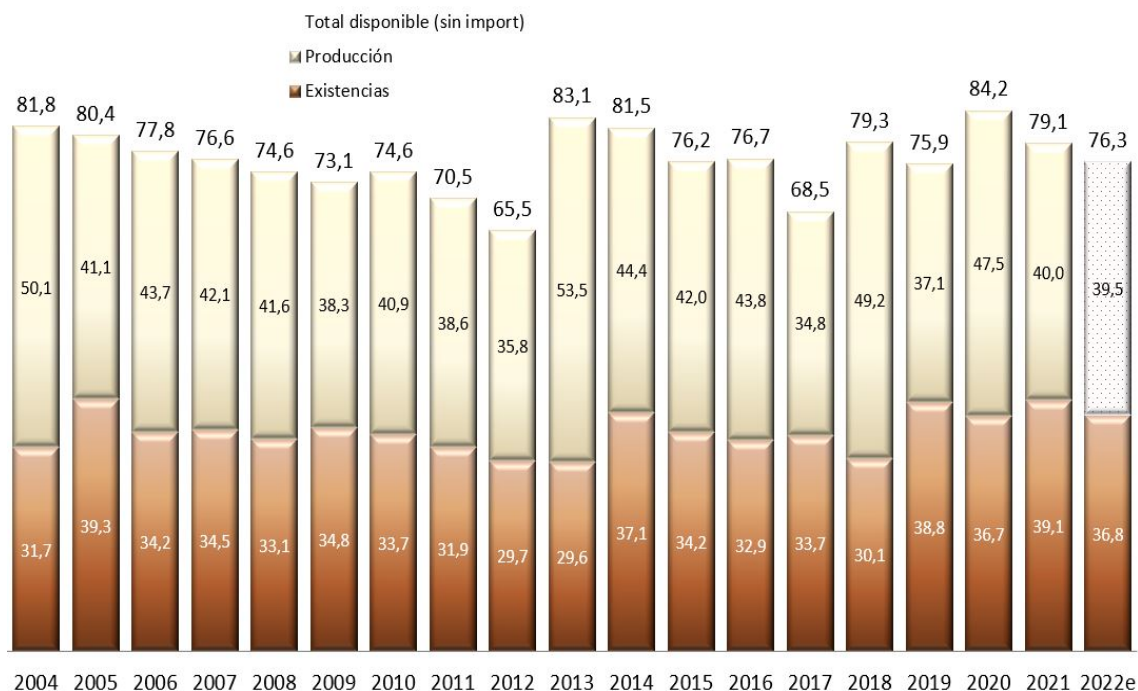
## SITUACION ACTUAL DEL SECTOR DEL VINO EN E ESPAÑA

**Producción de vino y mosto:** la campaña 2022/23 será, previsiblemente mayor de lo esperado, pero no abundante, ligeramente inferior a la pasada, con 39,5 millones hl de vino y mosto.

### Producción de vino y mosto e importaciones en España



**Existencias y disponibilidades:** si a la producción le añadimos las existencias a 31 de julio, obtenemos el vino disponible en la campaña, que se encuentra por debajo de los 80 millones de hl (unos 76,3 millones).

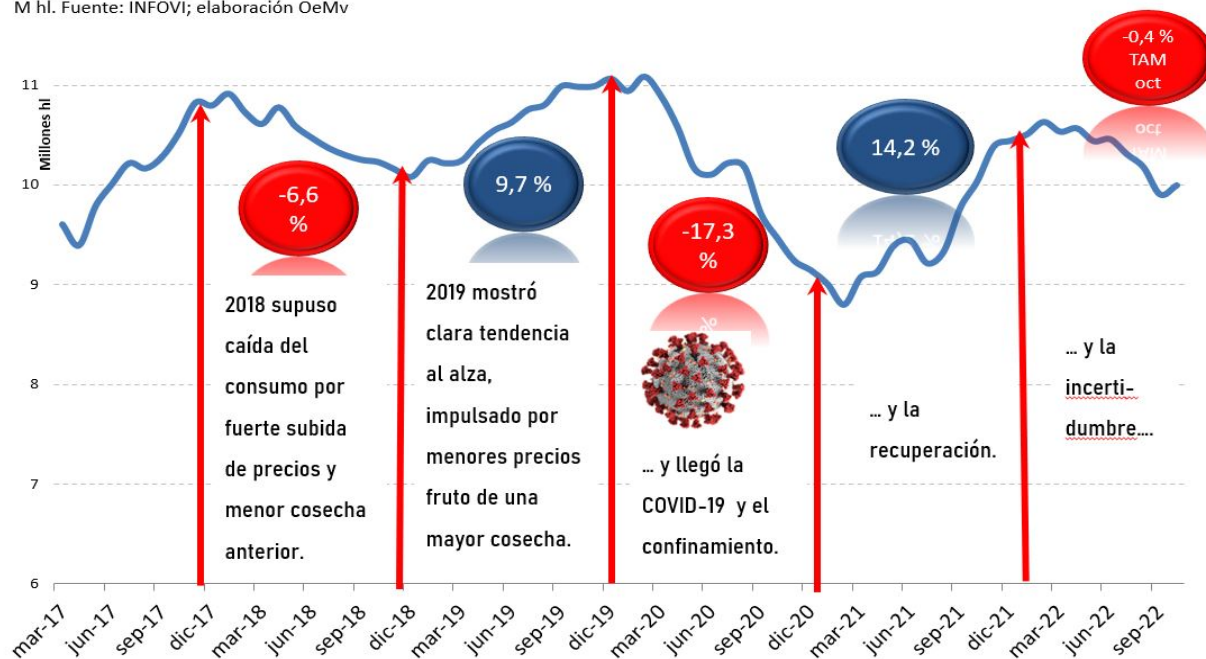


## CONSUMO

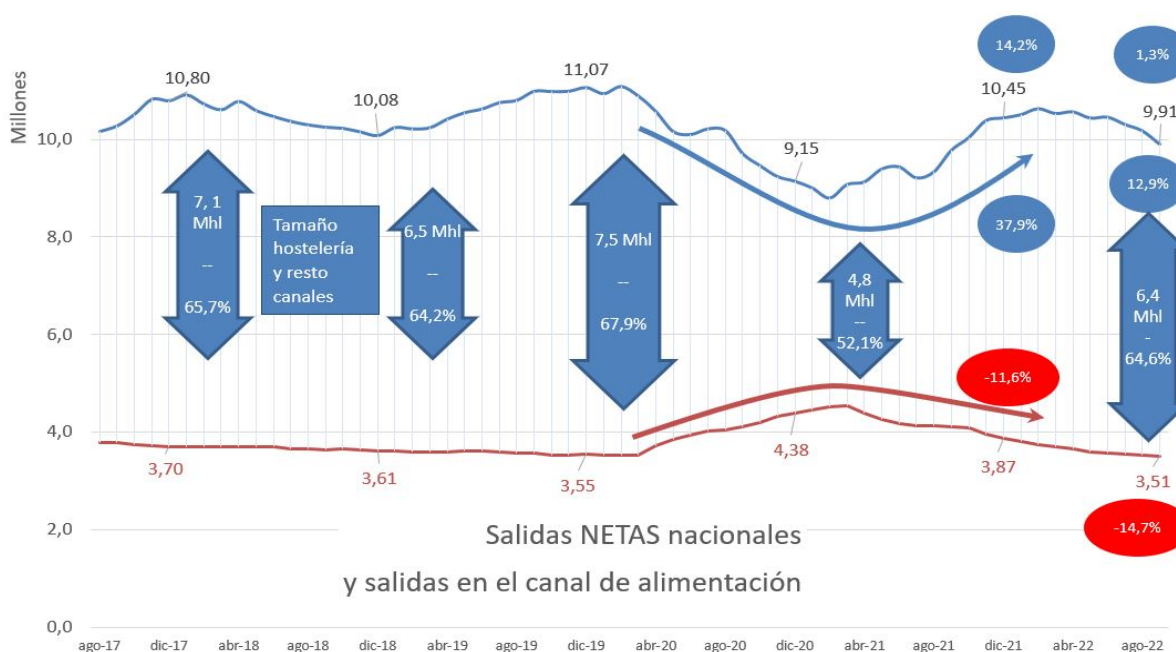
**Estimación de consumo nacional de vino:** los últimos datos del INFOVI, del mes de octubre de 2022, muestran una estimación de consumo de 10 millones de hl, cifra un 0,4% inferior a la registrada en el interanual a octubre de 2021, tras 13 meses consecutivos en positivo. Sin embargo, repunta respecto al dato interanual a septiembre de 2022.

### Salidas netas nacionales interanuales

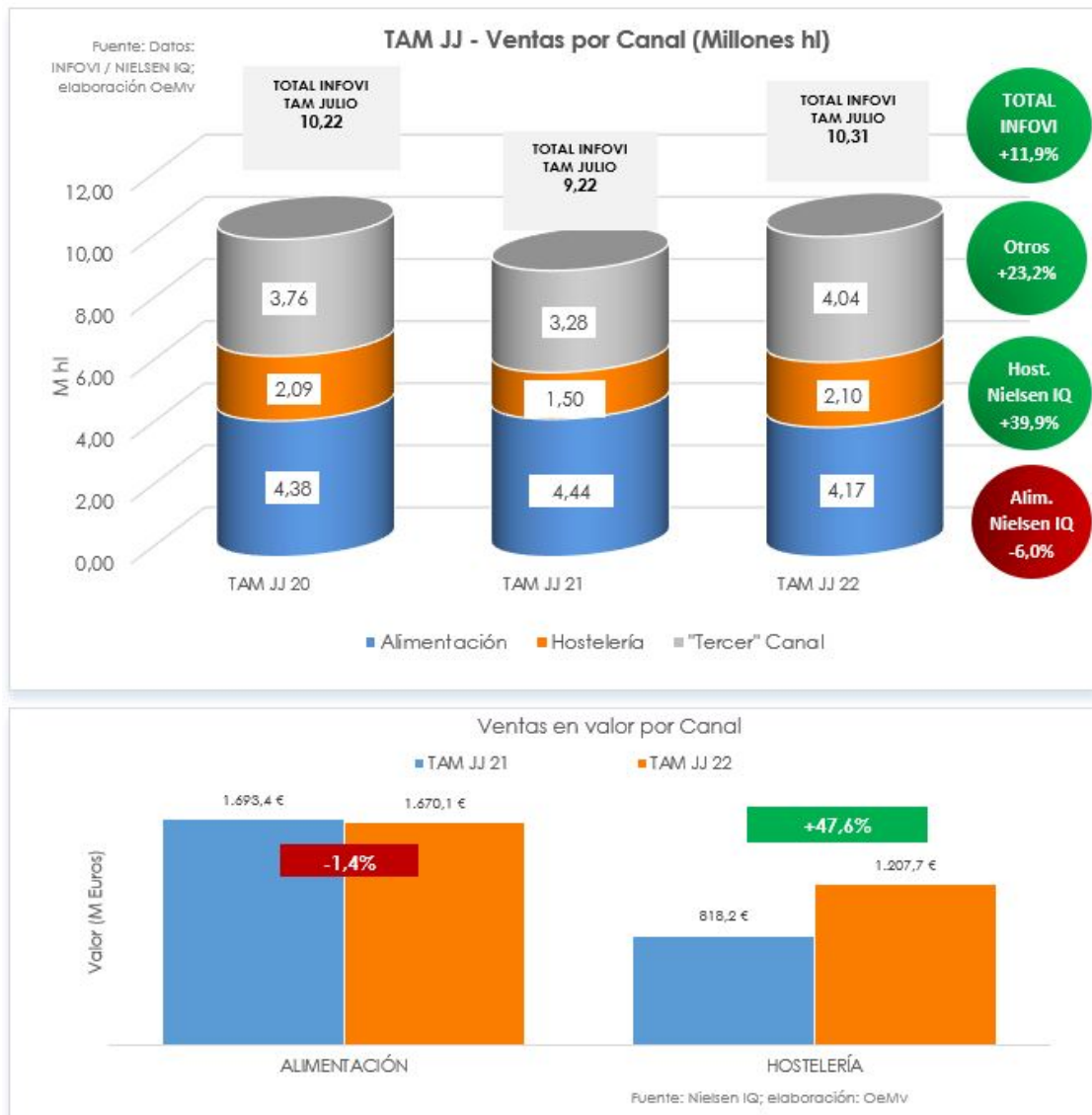
M hl. Fuente: INFOVI; elaboración OeMv



La gran caída del consumo de vino en el canal HORECA de 2020, no fue compensada por el aumento, importante, del consumo de vino en alimentación (+1 millón hl), ni por las ventas directas, ni on-line. El freno a la recuperación que experimentamos en 2022 nos pilla todavía lejos del nivel de ventas en Horeca prepandémico, pero ya por debajo del que teníamos en alimentación.



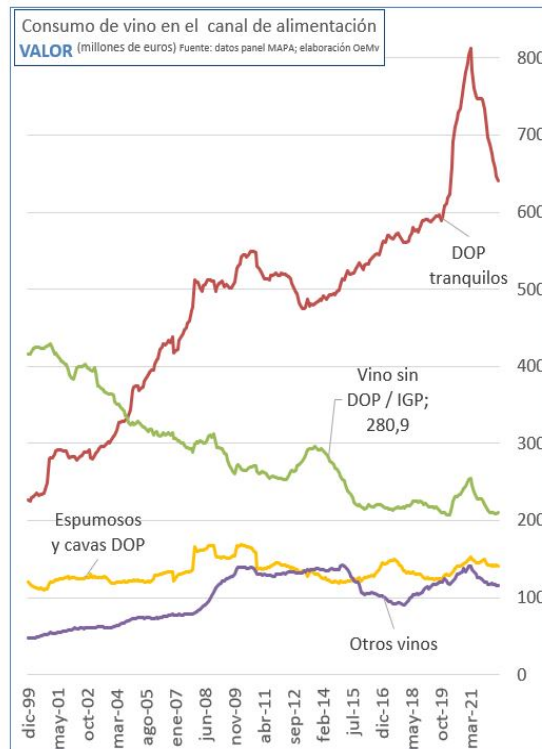
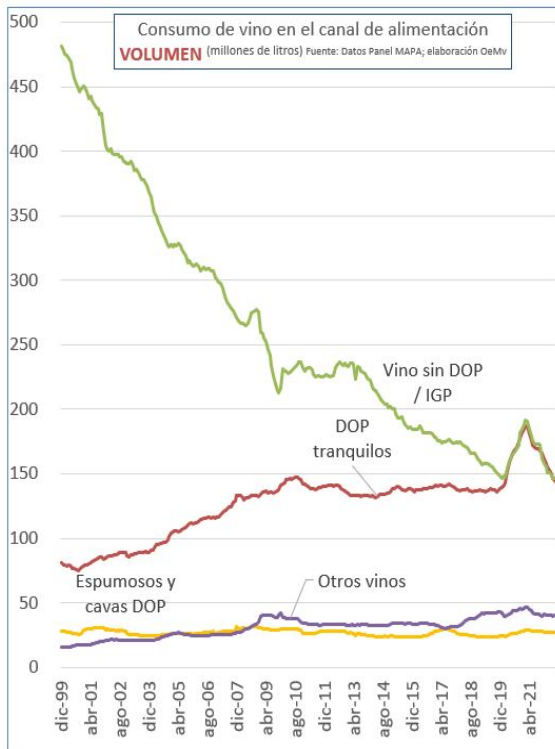
**Por canales**, y con datos del último informe del OeMv elaborado para la OIVE con datos del INFOVI (totales) y de Nielsen IQ (canales), el crecimiento del consumo total seguía siendo fuerte (11,9%, luego reducido al +1,3% en septiembre), pero con grandes diferencias por canales. Así, se registra todavía una fuerte subida en hostelería de casi el 40% y fuerte, también, en el “tercer canal” (dif. entre Nielsen e INFOVI), mientras cae el consumo en alimentación (-6%).



En valor el crecimiento interanual a junio es incluso mayor (47,6%), aunque la caída en alimentación, es algo más suave (-1,4%) por el incremento de precios medios.

Con datos por tipo de producto, para el canal alimentación, vemos que, históricamente, la caída del consumo de vinos sin ninguna indicación en el canal alimentación, no ha sido compensada por la subida de los vinos con DOP.

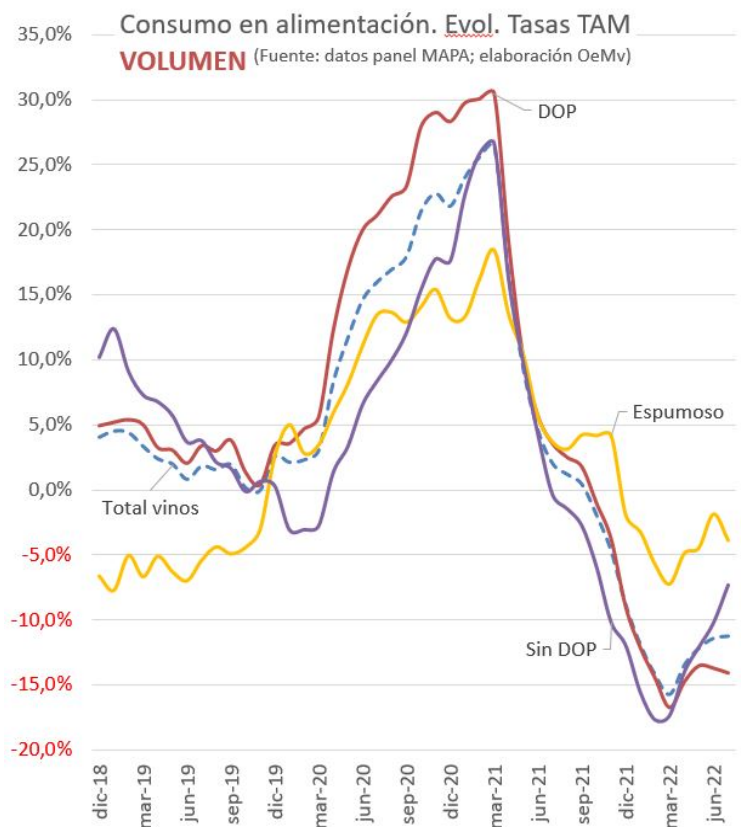
Hasta julio de 2022, la caída post-pandemia está siendo muy acusada, aunque el consumo se mantiene todavía por encima del que había en diciembre de 1999, en vinos con DOP tranquilos y espumosos. Por canales, lo más probable es que se vaya moderando el fuerte crecimiento en



hostelería donde, la recuperación frente al año 2021 todavía es importante, a lo que se añade el regreso del turismo, con una muy buena temporada en 2022 y el impacto de las subidas de precios es menor que en alimentación (a comprobar en la campaña de Navidad).

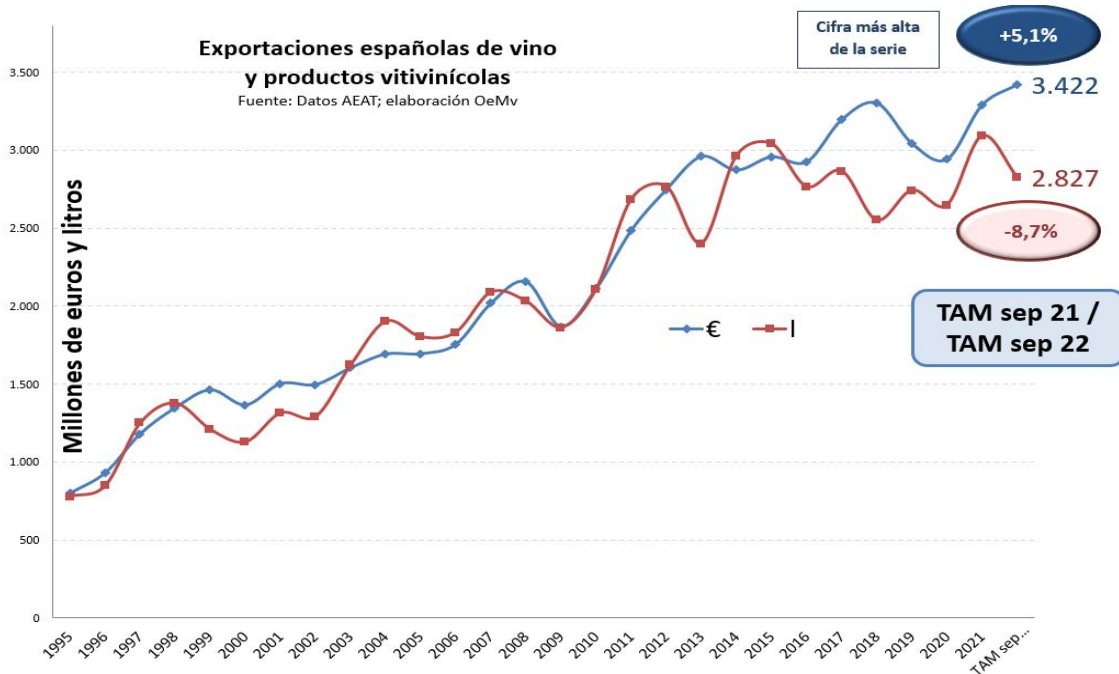
Por tipos de vino, en el canal de Alimentación, lo más probable, a la vista de cómo están evolucionando las tasas de variación interanual, y pendientes aun del efecto de subida de precios tras la vendimia y para el nuevo año, es que:

- se mantenga la caída, quizás algo más moderada, de los vinos con DOP.
- podrían caer, con algo mayor de fuerza en 2023, las ventas de vinos espumosos y podrían salir de los números negativos los vinos sin ninguna indicación,
- manteniéndose el total de ventas en el canal, relativamente estables o en ligera caída.

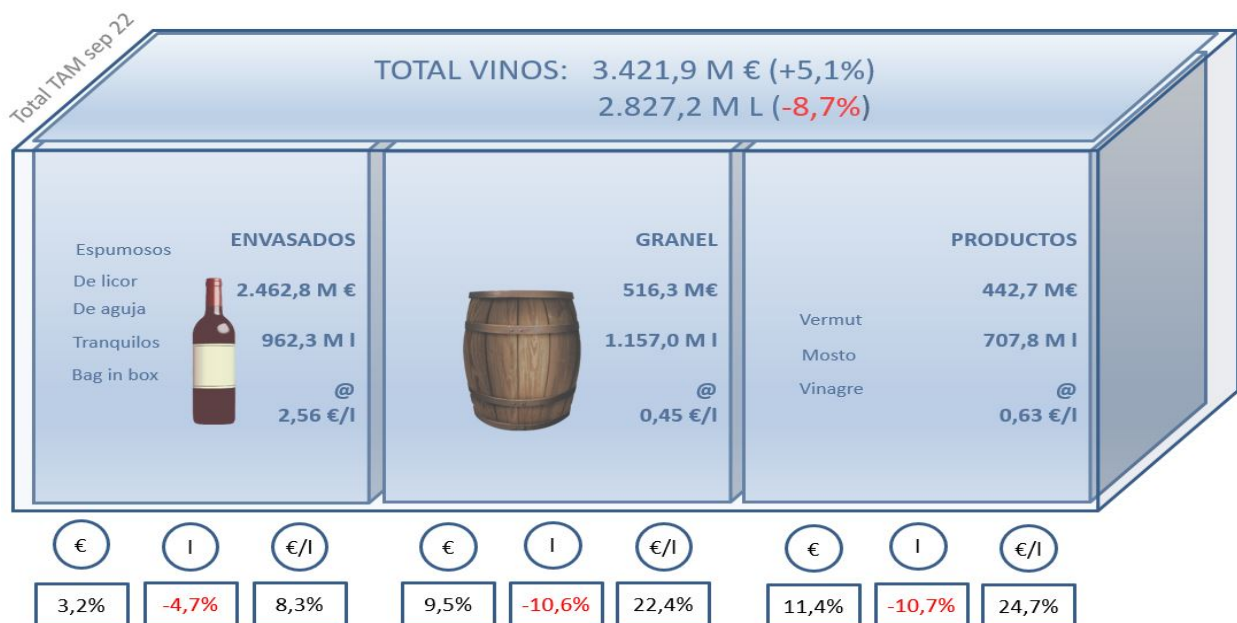


## EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE VINO:

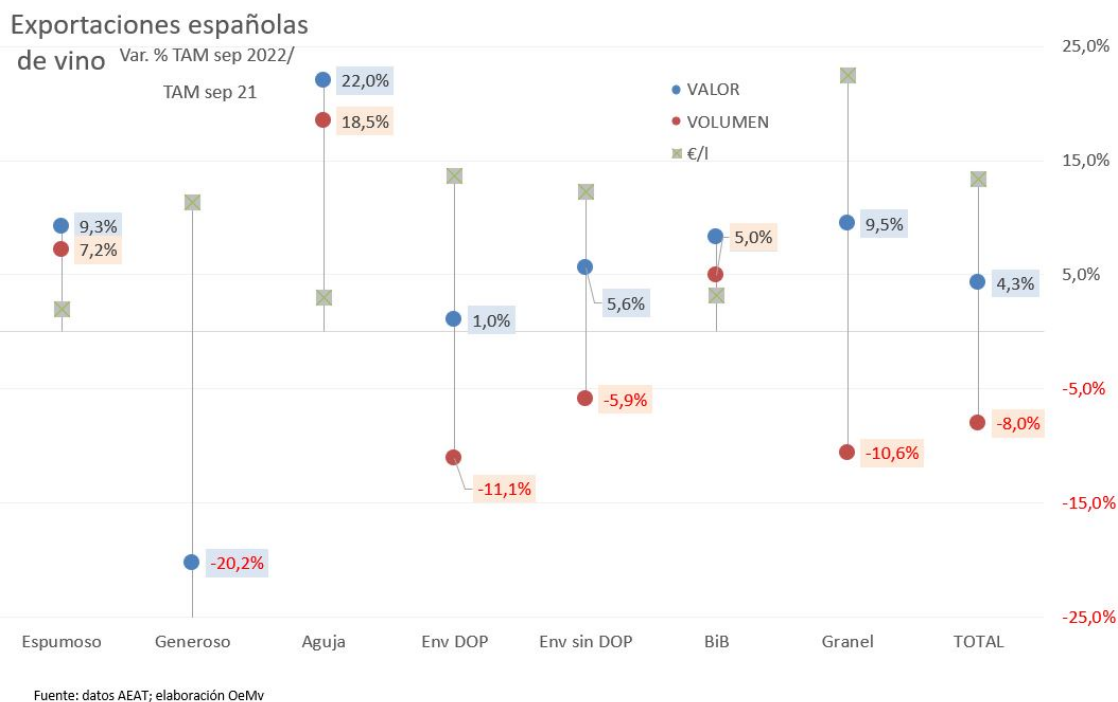
Las exportaciones españolas de vino cierran el interanual a septiembre de 2022 con récord en facturación, aunque reduciéndose el volumen exportado, tras revalorizarse el precio medio, en un contexto de inflación internacional.



Si dividimos las exportaciones entre **vinos envasados** (tranquilos, espumosos, licor, aguja y BiB) y **vinos a granel**, ambos ganan en valor y pierden en volumen, con precios medios al alza. Los vinos envasados, crecieron un 3% en valor, hasta los 2.462,8M € y perdieron un 4,7% en volumen, hasta los 962,3M litros, con un precio medio un 8% superior, hasta los 2,56 €/litro. Los graneles, crecieron un 9,5% en valor, hasta los 516,3M € y perdieron un 10,6% en volumen, hasta los 1.157M litros. Su precio medio se situó en los 45 céntimos por litro (+22%).



**Por productos**, en el interanual a septiembre de 2022, crecen las ventas, en valor y volumen, de espumosos, Bag in Box y vinos de aguja. Crecen en valor las ventas de vinos con DOP y sin DOP envasados y del vino a granel, mientras cae el volumen exportado de los vinos tranquilo envasados, tanto con DOP como sin DOP y de los vinos a granel. Evolución muy negativa para los vinos de licor.



**Por mercados**, distinguimos también entre los principales mercados para los vinos envasados y para los vinos a granel. Entre los envasados, son EE.UU., Reino Unido y Alemania los principales destinos, que suponen el 36% de las ventas totales. En el caso del granel, los cuatro primeros destinos, europeos, productores y competidores, suponen el 77,8% de las ventas totales.

<b>ENVASADOS<sup>GTA</sup>:</b>	<b>2.453,0 M€</b>
• Espumoso	948,7 MI
• Hasta 2l	2,59 €/l
• BiB	

PRINCIPALES MERCADOS DEL VINO ESPAÑOL

ENVASADO TAM sep 2022

País	Valor		Vol. M L	€/l	
	M€	L			
1 EEUU	333,4	70,5	4,73		36,2%
2 R. Unido	304,5	110,2	2,76		
3 Alemania	249,6	116,9	2,13		
4 Suiza	138,8	17,9	7,73		56,4%
5 P. Bajos	130,7	49,5	2,64		
6 Canadá	119,8	23,2	5,16		
7 Bélgica	107,4	37,0	2,91		
8 Japón	96,9	39,0	2,48		
9 Francia	85,1	60,5	1,41		
10 China	82,5	35,7	2,31		
11 Suecia	81,7	25,5	3,20		
12 México	81,6	23,9	3,41		
13 Portugal	47,7	82,6	0,58		
14 Dinamarca	43,2	15,2	2,84		
15 Irlanda	29,7	8,8	3,39		
16 Noruega	29,5	7,1	4,13		
17 C. del Sur	29,3	9,5	3,07		
18 Polonia	29,0	16,0	1,82		
19 Rusia	24,0	15,5	1,54		
Resto	408,7	184,1	2,22		

Fuente: datos AEAT; elaboración OeMv

<b>GRANEL:</b>	<b>521,7 M€</b>
• Envases > 10l	1.161,9 MI
	0,45 €/l

PRINCIPALES MERCADOS DEL VINO ESPAÑOL

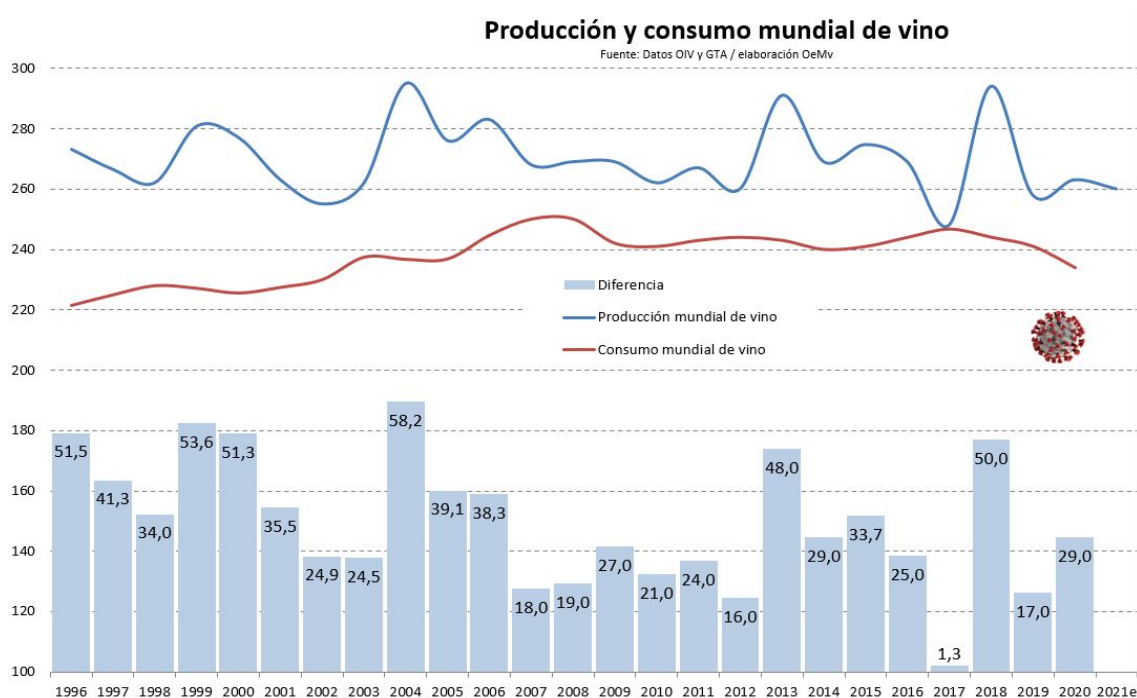
GRANEL TAM sep 2022

País	Valor		Vol. M L	€/l
	M€	L		
1 Francia	151,5	374,3	0,40	
2 Alemania	105,7	267,3	0,40	
3 Portugal	62,2	131,3	0,47	
4 Italia	49,9	131,0	0,38	
5 C. de Marfil	17,7	38,9	0,45	
6 China	17,3	18,6	0,93	
7 Reino Unido	15,8	25,9	0,61	
8 Marruecos	8,6	18,6	0,46	
9 Rumania	7,3	16,4	0,45	
10 EEUU	5,0	3,8	1,31	
11 Canadá	4,6	8,4	0,55	
12 Bélgica	5,9	9,9	0,60	
13 Dinamarca	5,8	9,5	0,61	
14 Polonia	4,2	6,5	0,64	
15 Suiza	5,0	9,2	0,54	
16 Togo	4,5	8,6	0,52	
17 Argelia	3,4	5,9	0,58	
18 Japón	4,0	6,3	0,64	
19 Rep. Dominicana	3,5	1,3	2,64	
Resto	39,5	70,2	0,56	

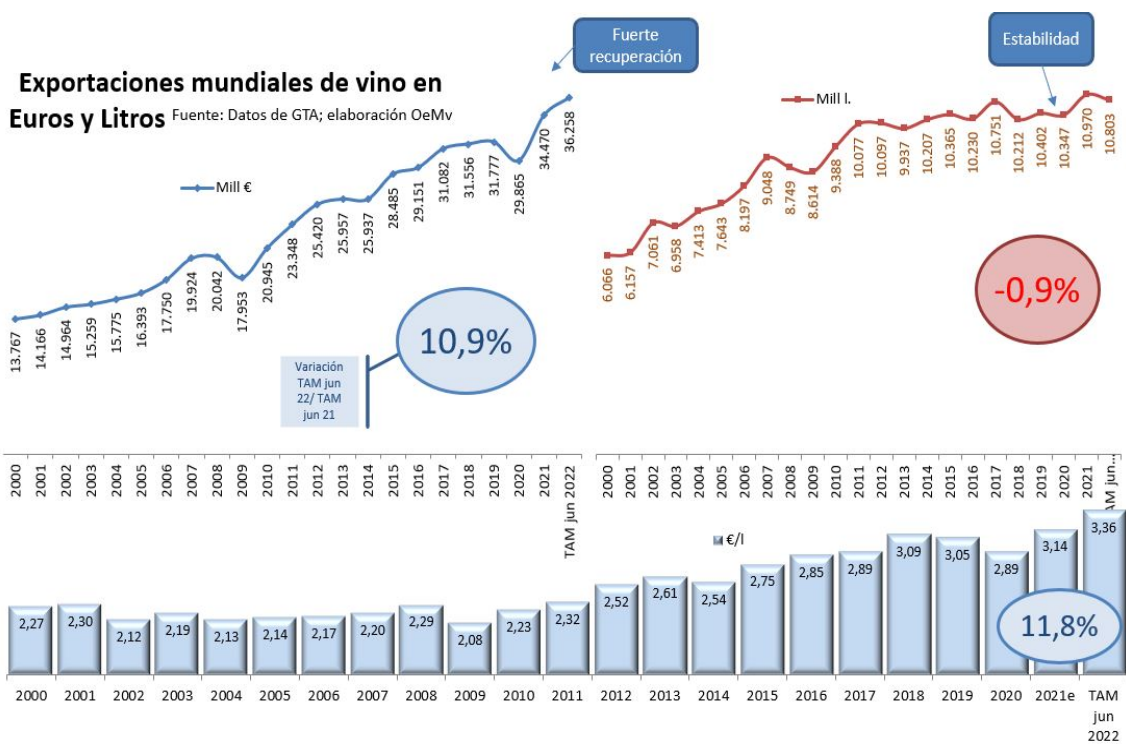
77,8%

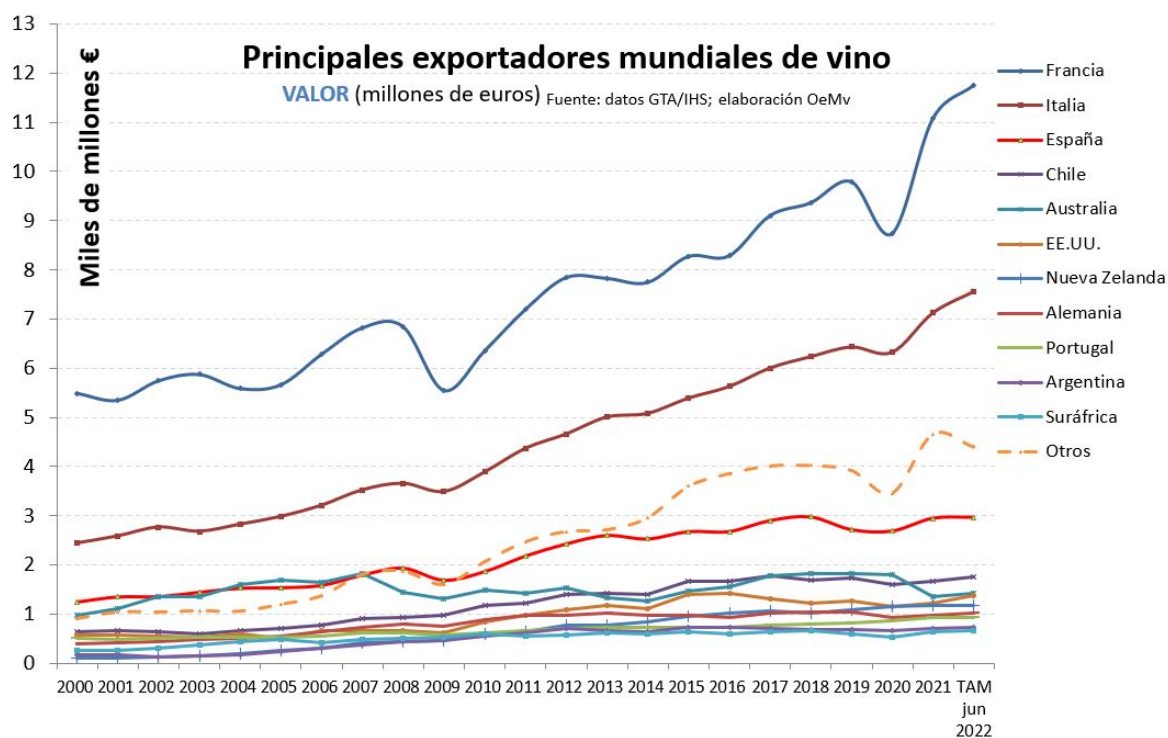
## CONTEXTO MUNDIAL:

En un contexto mundial donde la producción mundial de vino parece estabilizarse en los últimos años, el consumo mundial de vino, se frenó con la pandemia, aunque muestra signos de recuperación.

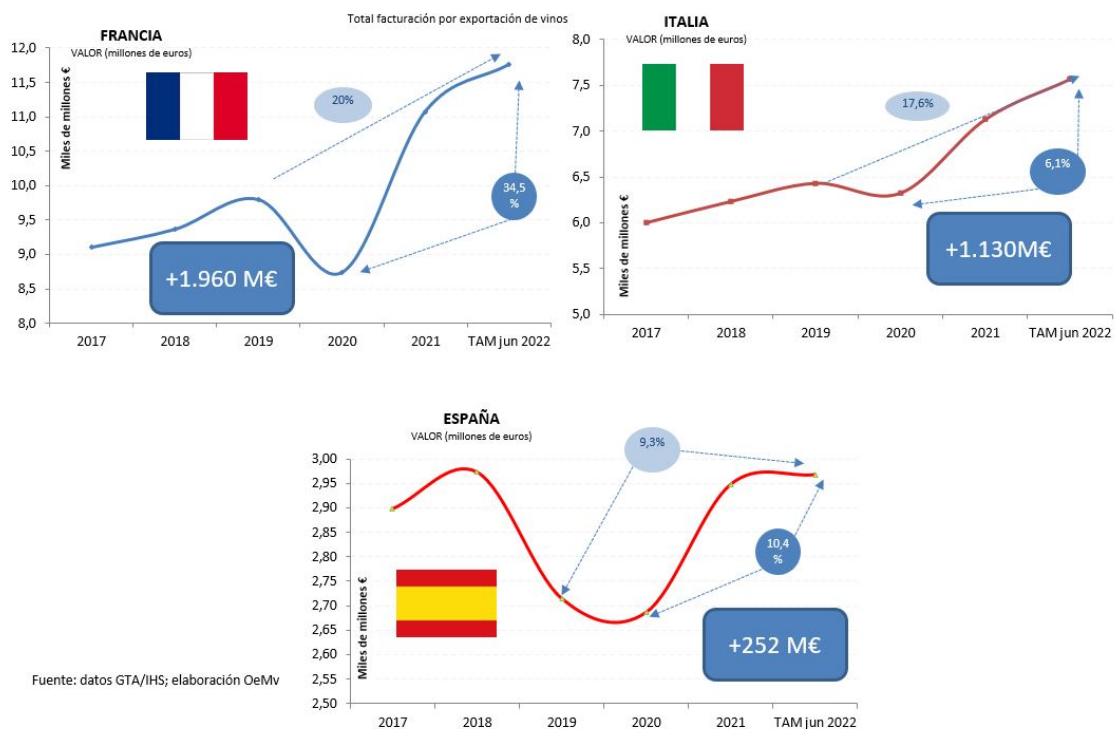


En términos de valor, el comercio mundial de vino registró una gran recuperación tras la caída en 2020 por la pandemia. En el interanual a junio de 2022, se alcanzó la cifra más alta de la serie histórica, con 36.258 millones € (+10,9%). En términos de volumen, sin embargo, tras la recuperación de 2021, caen un 0,9% las exportaciones mundiales, hasta los 10.803 millones de litros.





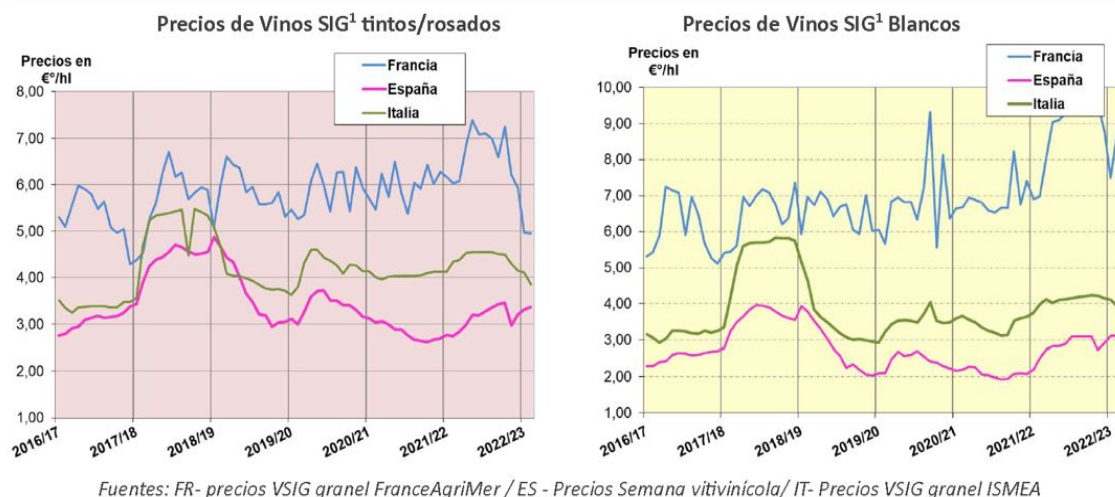
Aunque Francia fue la más afectada por la pandemia de la COVID-19, su recuperación ha sido extraordinaria. También ha sido la de Italia, y mucho más suave, la de España. En términos absolutos (desde diciembre de 2019, antes de la pandemia), Francia ha aumentado su facturación por exportaciones de vino en casi 2.000 millones €, Italia, en 1.130 millones € y España, en 252 millones €.



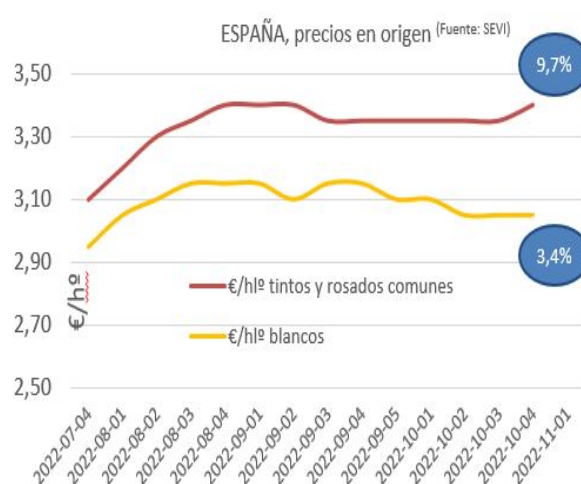
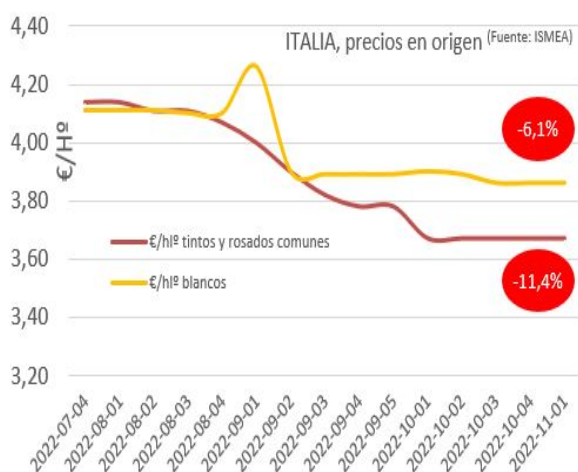


Y, hacia el futuro, ¿cómo pueden influir las subidas de precio tras las vendimias? Según los datos presentados en el Comité Mixto FR, IT, Es, a septiembre, los precios al inicio de esta campaña se moderan en Francia e Italia mientras suben en España... que se mantiene por debajo. Luego, Italia estima una vendimia igual a la del 2021 (50,3 Mhl; (Asenologi), Francia un 18% más pese a la sequía (44,6 M hl; Ministerio de Agricultura) y España muy similar a la del año anterior (OeMv).

## PRECIOS: FRANCIA – ESPAÑA – ITALIA



En lo que va de campaña (entre finales de julio y la última semana de octubre) los precios del vino común en origen de Italia han caído un 11% en los tintos y rosados y un 6% en los blancos, mientras que los precios en España, aumentan casi el 10% y el 3,4% respectivamente. En el caso de Francia, los vinos sin ninguna indicación, están sensiblemente más bajos a septiembre que el año anterior, en los tintos y algo más altos en los blancos<sup>1</sup>.

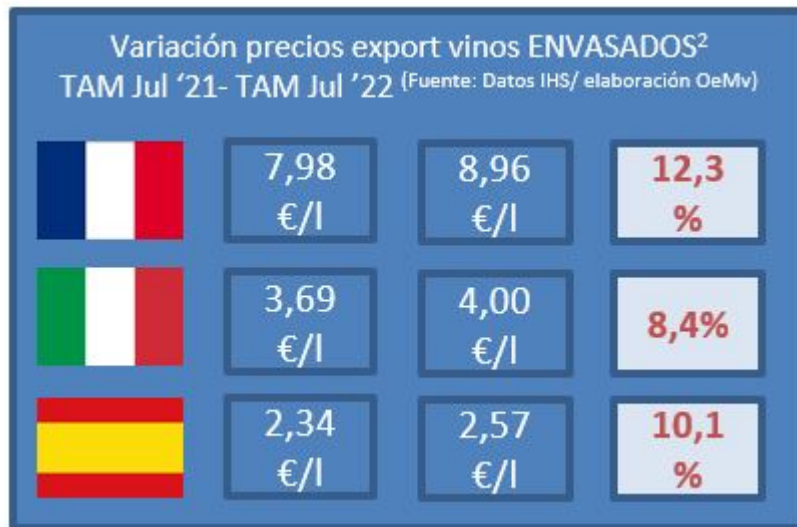


<sup>1</sup> Fuente: FranceAgrimer:

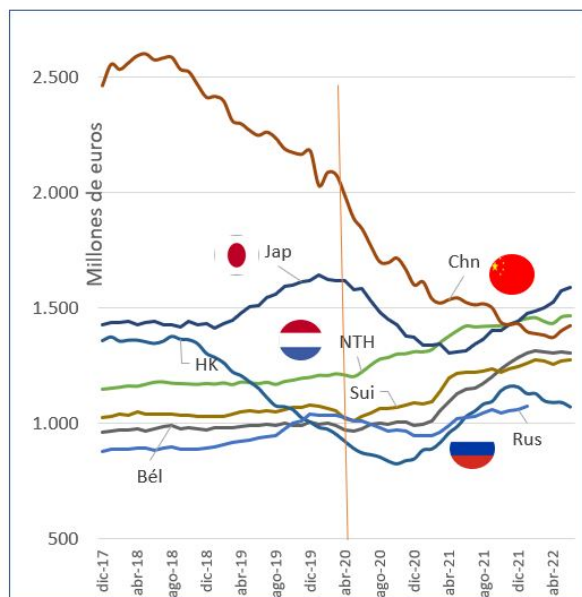
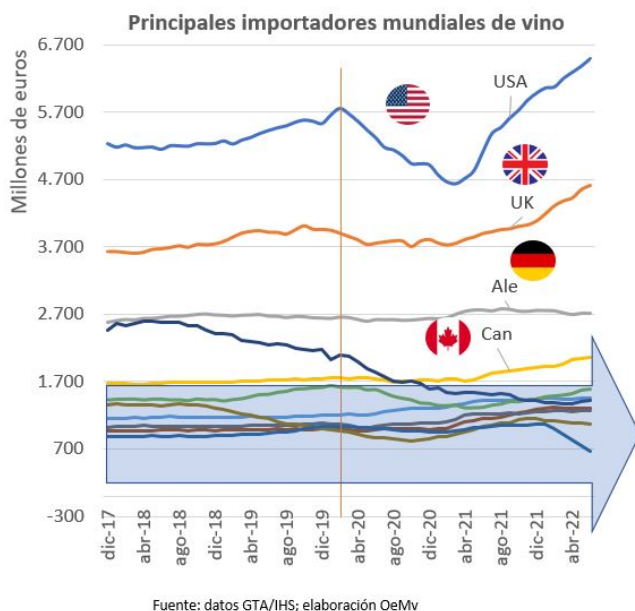
<https://visionet.franceagrimer.fr/Pages/SeriesChronologiques.aspx?menuurl=SeriesChronologiques/productions%20v%C3%A9g%C3%A9tales/vin%20et%20cidriculture/prix%20moyens/prix%20moyens%20vrac%20communiqu%C3%A9s%20C3%A0%20la%20Commission%20europ%C3%A9enne>

2 Espumosos, envasados no espumosos y bag-in-box

Por tanto, los vinos blancos parecen ir bastante mejor que los tintos en los tres países. Las subidas de costes de España, deberán competir con bajadas en Italia y en Francia. Parece que, si los costes se elevan en España, pero no en Italia, y ellos tienen mejores precios de venta, sus márgenes serán sustancialmente mejores.



Entre los **principales importadores mundiales de vino**, EE.UU., Reino Unido y Canadá siguen creciendo a buen ritmo en la primera mitad del '22, pese a las subidas de precios y endurecimiento de la política monetaria, mientras Alemania, nota ya la guerra de Rusia. China parece que estabiliza su caída; Japón, Países Bajos, Bélgica y Suiza, frenan su crecimiento y desaparecen los datos de Rusia.



## En definitiva:

- **Producción**: Las producciones de vino en España, en las dos últimas campañas, han sido relativamente equilibradas. Teniendo en cuenta la actual situación de los mercados, unas producciones elevadas, habrían metido mucha más presión.
- **Consumo de vino en España**: Se ha frenado, en 2022, la recuperación del consumo nacional de vino, por lo que nos vamos alejando del objetivo de volver a los 11 millones hl de consumo. Por canales, se mantiene la buena marcha en Hostelería y venta directa, pero el consumo en alimentación va a la baja, muy influido por la subida de precios y por el entorno.
- **Exportaciones españolas de vino**: se registra una importante subida de los precios medios (¿costes, inflación?), que permite un aumento de la facturación, alcanzándose cifras récord, cerca ya de los 3.000 millones €, pero que se va frenando. Las ventas en volumen mantienen su evolución negativa y tendencia a la baja.
- **Contexto mundial**: con una producción mundial en cierto equilibrio, las exportaciones mundiales crecen en valor, hasta alcanzar cifras récord, pero caen en volumen. Por mercados, bien EE.UU. y Reino Unido, así como México para España. Alemania y China, a la baja.