

El vino, entre las bebidas con mejor comportamiento en restauración en 2012

Aumentaron el número de unidades consumidas de vino en 2012, gracias a la versatilidad de la categoría y la fidelidad del consumidor en comidas y cenas

Madrid, 3 julio 2013.- Los datos del panel de consumo extracomunitario en 2012, realizados por NPD-CREST a solicitud del MAGRAMA y presentados en sus datos más generales hace unas semanas por el Ministro de Agricultura, mostraban que sólo el vino y el agua de grifo aumentaron el pasado año en número de unidades consumidas (que no quiere decir necesariamente ni volumen ni valor total consumido). Datos más específicos y detallados, referidos al vino y analizados por el OeMv, nos permiten analizar con algo más de profundidad lo ocurrido.

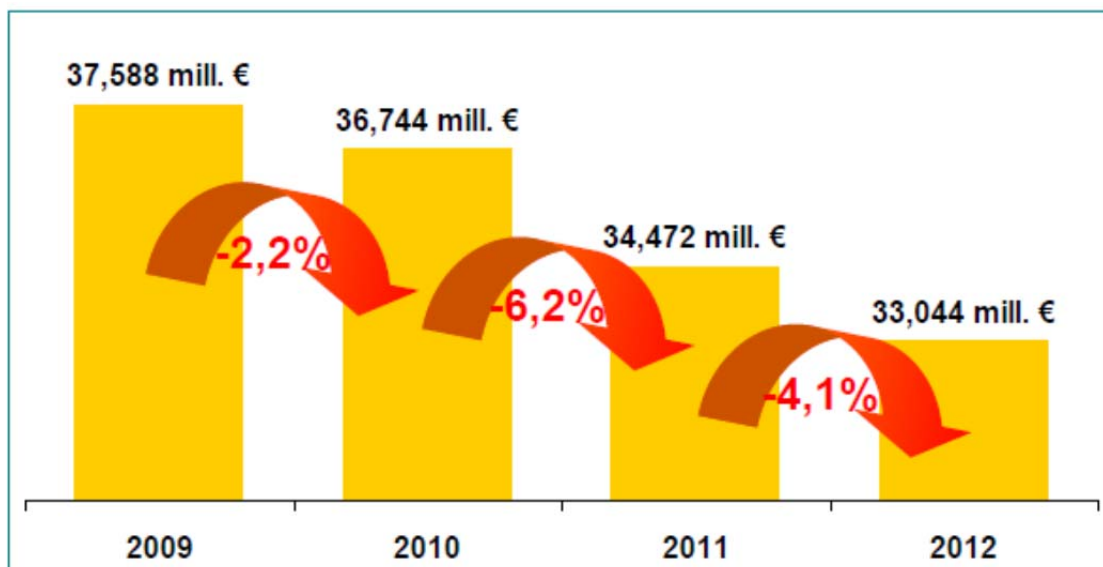
INFORME SOBRE EL CONSUMO ALIMENTARIO FUERA DEL HOGAR 2012

El informe “[Estudio sobre el mercado extracomunitario de alimentación 2012](#)” analiza los actos de consumo de los españoles fuera del hogar, excluyendo a no residentes, consumos realizados en instituciones y aquellos en los que no existe una transacción económica, como olas celebraciones, restauración escolar, etc. Se diferencia del anterior panel de establecimientos por no referirse a volúmenes de compra de estos, sino a actos de consumo que se realizan en el canal y, por lo tanto, no poder diferenciar la mayoría de los productos (unidos un plato ya preparado) y no poder especificar cantidades exactas de producto distribuido a través del canal. Tras unos meses de no estar disponible, el presentado este año compara la evolución del año 2012 con respecto al año anterior. Para el caso del vino, además de la información suministrada de forma general por el Ministerio en su resumen para el conjunto de la alimentación, disponemos de datos más detallados por tipo de establecimiento, momento de consumo, zona geográfica, sexo y edad, que pasamos a analizar.

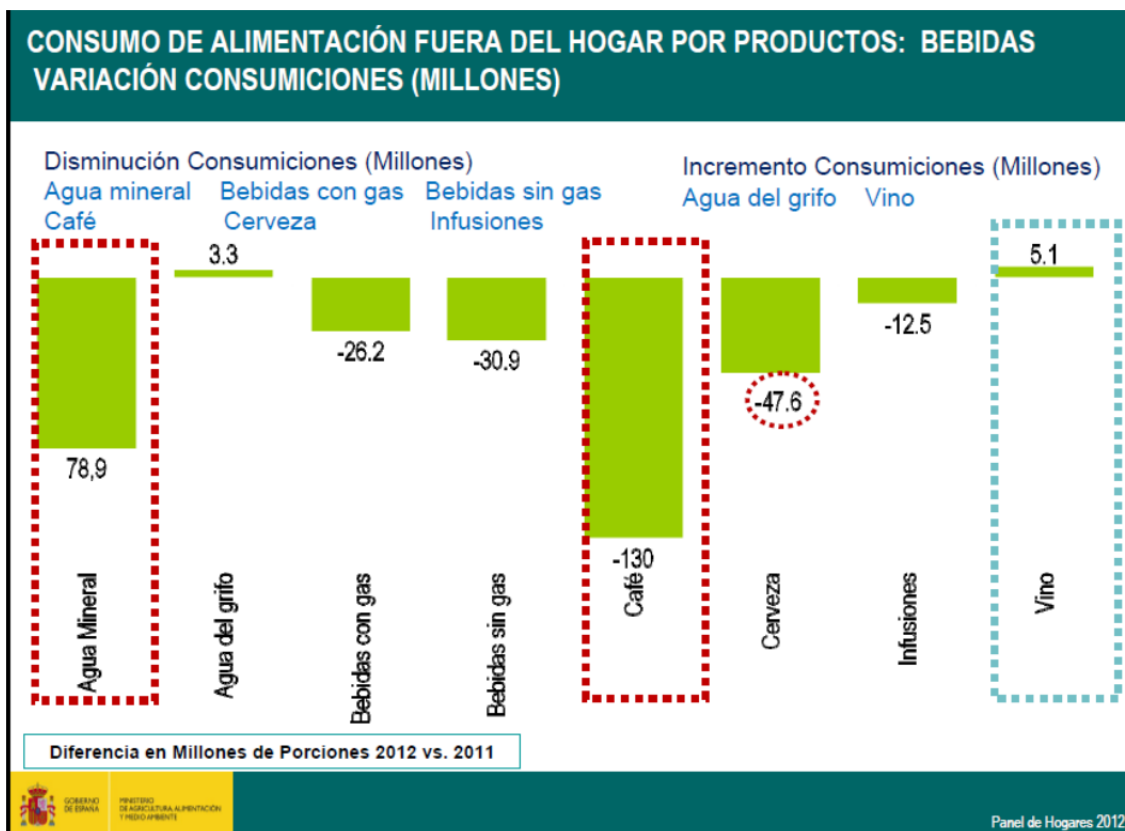
El informe general mostraba la continua disminución del consumo agroalimentario en el canal de la restauración en los últimos años. La caída del 4,1% registrada en 2012 se suma a las del 6,2% del año previo y del 2,2% producida entre 2009 y 2010. En estos cuatro últimos años, de fuerte crisis económica y de consumo en España, el total del consumo extracomunitario habría pasado de los 37.588 millones de euros a los 33.044 millones del 2012. Caída, incrementada, además, en los dos últimos trimestres del pasado año y producida como consecuencia tanto de la caída del número de visitas (-2,9%) como, más ligeramente, del ticket medio pagado en cada visita (-1,2% hasta 4,84 €/visita).

Por canales de consumo, todos menos las máquinas expendedoras perdieron en 2012 de forma general, destacando la caída canal de consumo inmediato, bares de copas y restaurante de servicio completo que, con el 49% del total, es el lugar donde se produce la mayor parte del consumo extracomunitario. Con respecto a los momentos de consumo alimentario en general es el aperitivo el más perjudicado, frente al crecimiento

que se registra en la merienda, con comidas y cenas – los más de mayor importancia – en caídas superiores al 5% el pasado año. Por sexo, el consumo fuera del hogar cayó más acusadamente entre las mujeres, que reducen tanto las visitas como el ticket medio en las mismas, mientras que por edad son los mayores de 65 años y los consumidores entre 35 y 54 los que más drásticamente dejaron de consumir, frente a las subidas registradas entre los niños y jóvenes hasta los 17 años, de lo que resulta que el consumo extradoméstico de las familias con niños hasta esta edad van aumentando progresivamente su importancia en el consumo total extradoméstico. Finalmente, por zonas geográficas, la mayor caída del consumo se produce en levante, Madrid y Barcelona, mientras crece en el centro y norte-centro de España.



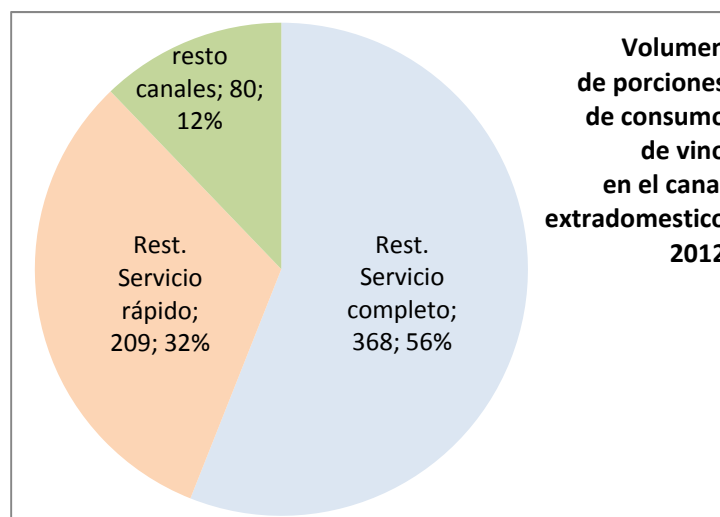
Dentro de este panorama general, no muy positivo para el consumo alimentario extradoméstico en 2012, el vino parece ser de los productos mejor parados. El vino se consume en el 8,8% de las visitas que se realizan a este tipo de establecimientos, muy por debajo de los refrescos (25,8%), el café (26%) o la cerveza (14,1%), pero por encima de otras bebidas como el agua de grifo, las bebidas sin gas o las infusiones. Ahora bien, el pasado año 2012, sólo el vino y el agua mineral aumentaron el número de consumiciones realizadas en el canal, aunque fuera ligeramente: en 5,1 millones de consumiciones, que supone un aumento del +0,8%. Agua mineral y café disminuyeron de forma pronunciada, como también cayeron, aunque en menor medida, cervezas o bebidas con y sin gas. Tal aumento registrado por el número de ocasiones en las que se pidió vino mientras se consumía fuera del hogar no puede traducirse directamente ni en aumento del volumen global consumido (pueden ser copas en lugar de botellas, por ejemplo) ni en incremento del valor (pudiendo consumirse vinos por un valor inferior aunque en mayor número de ocasiones), pero sí refleja un comportamiento como categoría, en un canal con tantas dificultades actuales como la restauración, razonablemente mejor que otros productos alimentarios.



EL VINO EN EL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO 2012

Hasta aquí, los datos disponibles en el informe general sobre evolución de la alimentación en el canal extradoméstico. Pero, para el vino en concreto (entendido como categoría amplia que incluye tranquilos, sangrías y tintos de verano, así como espumosos, generosos y otros), disponemos de una información algo más detallada.

Según estos datos más detallados, en el canal extradoméstico se consumen un total de 658 millones de “porciones” de vino, de las que 368 millones (56%) en comidas, cenas y aperitivos de restaurantes de servicio completo, 209 (32%) en establecimientos de servicio rápido y el resto en otros canales. Durante el pasado año parecen haberse comportado mejor los restaurantes tanto de servicio completo como rápido (subidas del 3,6% y del 3,2% respectivamente en número de ocasiones de consumo) que el resto de canales (-15%), por lo que pudiera resultar que el consumo de vino se consolida, aún en tiempos de dificultades económicas, en los momentos de comida y cena, también fuera del hogar. La incidencia del vino en el

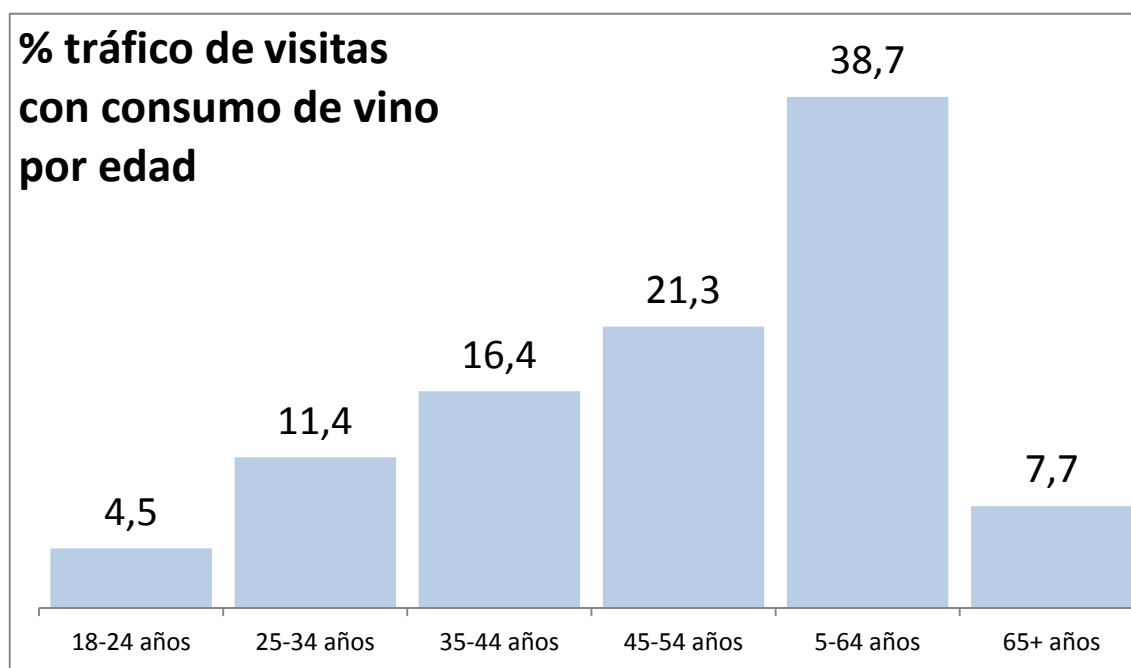


conjunto de la restauración no es muy elevada (8,8%) pero destaca claramente en los restaurantes de servicio completo donde son más frecuentes las comidas y cenas (26,6%) y resulta menor en los establecimientos de servicio rápido (5,8%) y en el resto de canales (3%)

Se trata, el vino, de un producto alimentario de consumo extradoméstico preferentemente de diario (63,2% de las ocasiones) más que de fin de semana (36,9%) y, efectivamente, muy concentrado en el momento de la comida (41,4%) y la cena (27,7% de las ocasiones), con menor presencia en otros momentos como el aperitivo (12,9%), la media tarde (6,4% de las porciones consumidas) o el “tèntempié de mañana” (5,7%).

Por zonas geográficas y con esta medición de cuota de porciones en consumo extradoméstico, las principales zonas de consumo son sur (incluyendo Ceuta y Melilla)/Canarias (15,8%), norte-centro y noroeste (14,2% y 15,2% respectivamente), seguidas de la zona catalano-balear y Madrid.

Finalmente, por edad del consumidor y sexo, el perfil del consumidor de vino medido en porcentaje del tráfico en visitas es mayoritariamente masculino (63,3% del total de visitas frente al 36,7% de las mujeres) y con edades superiores a los 45 años.



En definitiva y aunque los datos disponibles no permiten hacer una estimación sobre el total de litros o euros destinados a consumo de vino en el canal extradoméstico – que suponemos, por otros indicadores, sigue en descenso – el panorama dibujado por la encuesta de consumidores en este canal sí arroja algunos datos positivos. De entre todas las bebidas, el vino es la única que aumentó en número de consumiciones el pasado año junto con el agua de grifo, que crece en detrimento del agua envasada. Que ello sea coherente con una posible disminución – aún – del total de litros consumidos depende de si las consumiciones se realizan en copas en lugar de en botellas, como el propio informe apunta. Que sea compatible con una posible disminución del valor del total vendido por el sector en el canal extradoméstico mostraría el amplio abanico de

productos disponibles dentro de la categoría y, por lo tanto, las alternativas que distintos tipos de vinos ofrecen a los consumidores.

Un consumo, mayoritariamente en restaurantes de servicio completo y acompañando a diario las comidas y, en menor medida, las cenas, mayor en la zona sur, centro y centro-noroeste, así como Cataluña y Madrid, y mayoritario entre hombres de edades superiores a los 45 años. Un consumo, por lo tanto, el del vino, que aguanta bien la actual crisis de consumo, que afecta con fuerza al canal extracomunitario, y cuya versatilidad de gama le ofrece muy buenas posibilidades de recuperación en cuanto tal crisis se vaya superando.

Para más información, dirigirse al Observatorio Español del Mercado del Vino

www.oemv.es - Tel 91 799 26 66 - info@oemv.es



Consumo extradoméstico

Vino

2011-2012



GOBIERNO
DE ESPAÑA

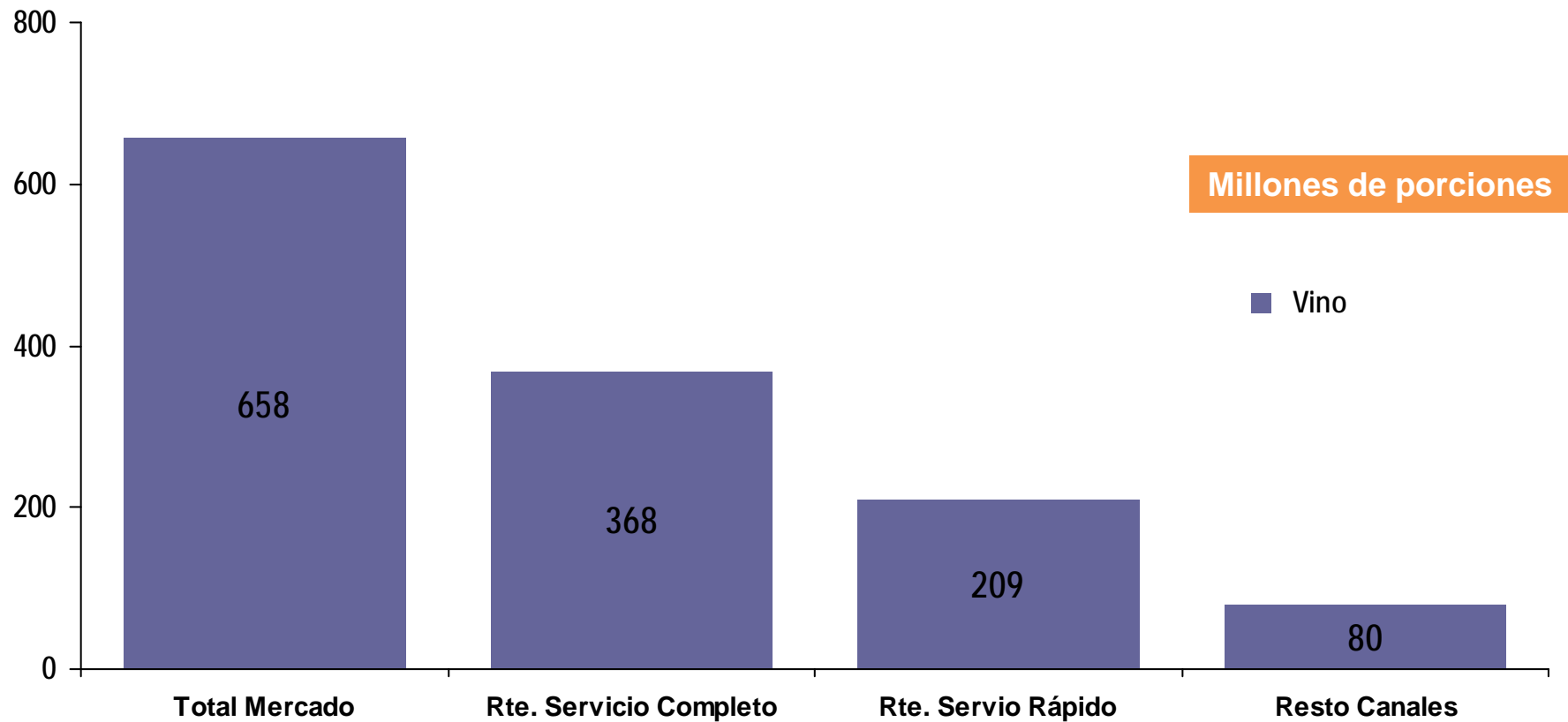
MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE

Consumo extradoméstico de vino

- La definición de productos vinculados al vino es la siguiente:
 - Consumos de vinos tintos
 - Consumos de vinos rosados
 - Consumos de vinos blancos
 - Consumos de productos con mezcla de vino (sangría, tintos de verano,...)
 - Consumo de cavas y vinos espumosos
 - Consumos de vinos fino, amontillados y olorosos
 - Otros vinos
- La informaciones a mayor nivel de detalle no están disponibles en el paquete de información adquirido por Mercasa, pero si que están recogidas en el servicio NPD CREST

Consumo extradoméstico de vino

Estimación volumen de porciones

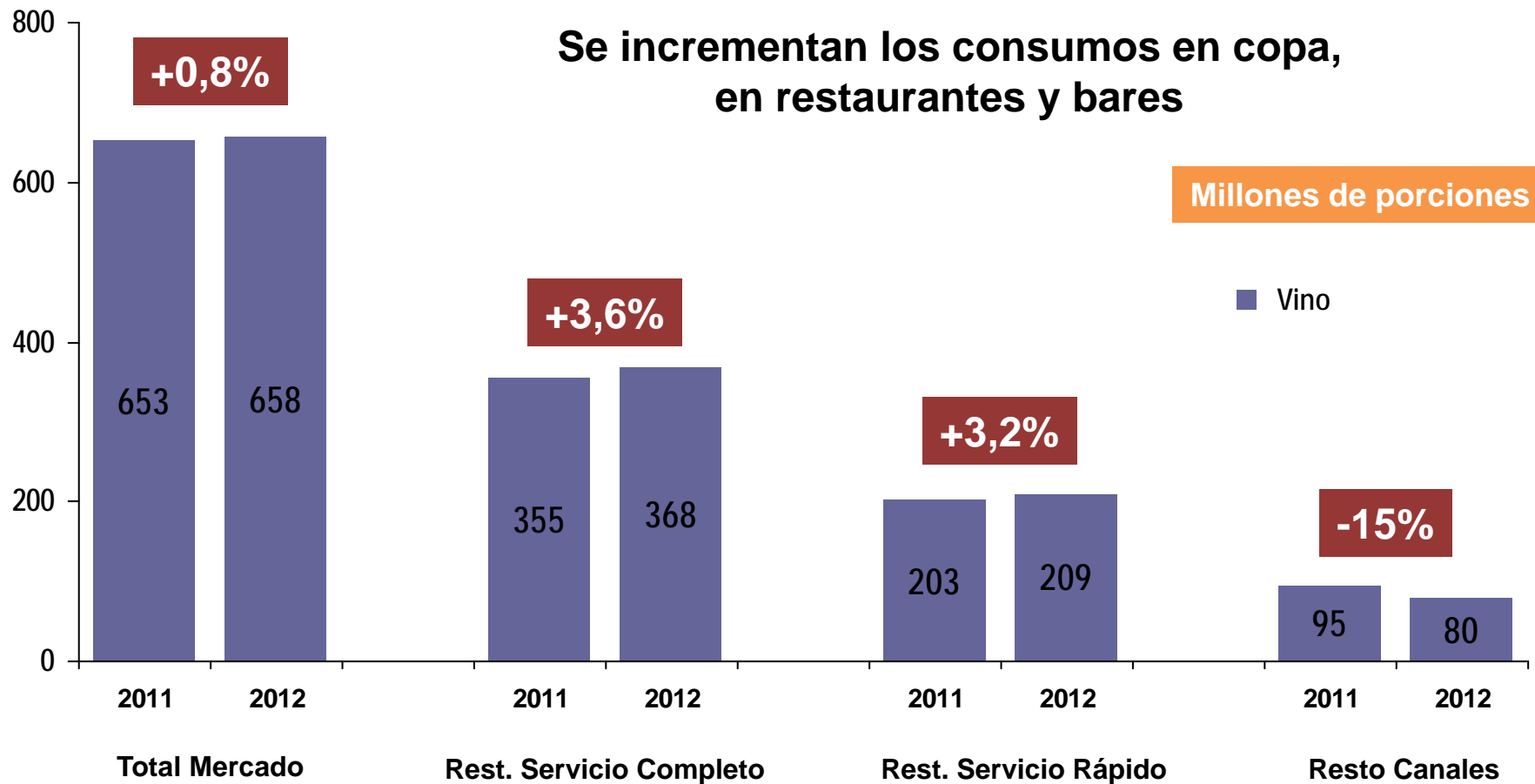


FSR – Comidas+Cenas+Aperitivos

QSR – Comidas+Cenas+Aperitivos

Consumo extradoméstico de vino

Estimación volumen de porciones



FSR – Comidas+Cenas+Aperitivos

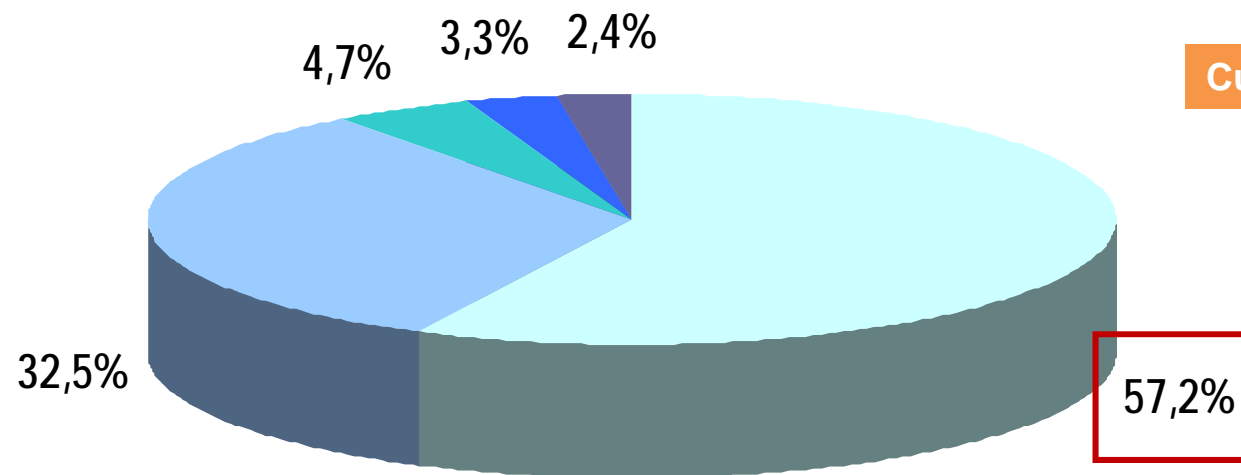
QSR – Comidas+Cenas+Aperitivos

Consumo extradoméstico de vino

Desglose de consumo por canal

Rte. Servicio Completo
Consumo Inmediato
Hoteles

Rte. Servio Rápido
Cantina Empresa / Colectividad

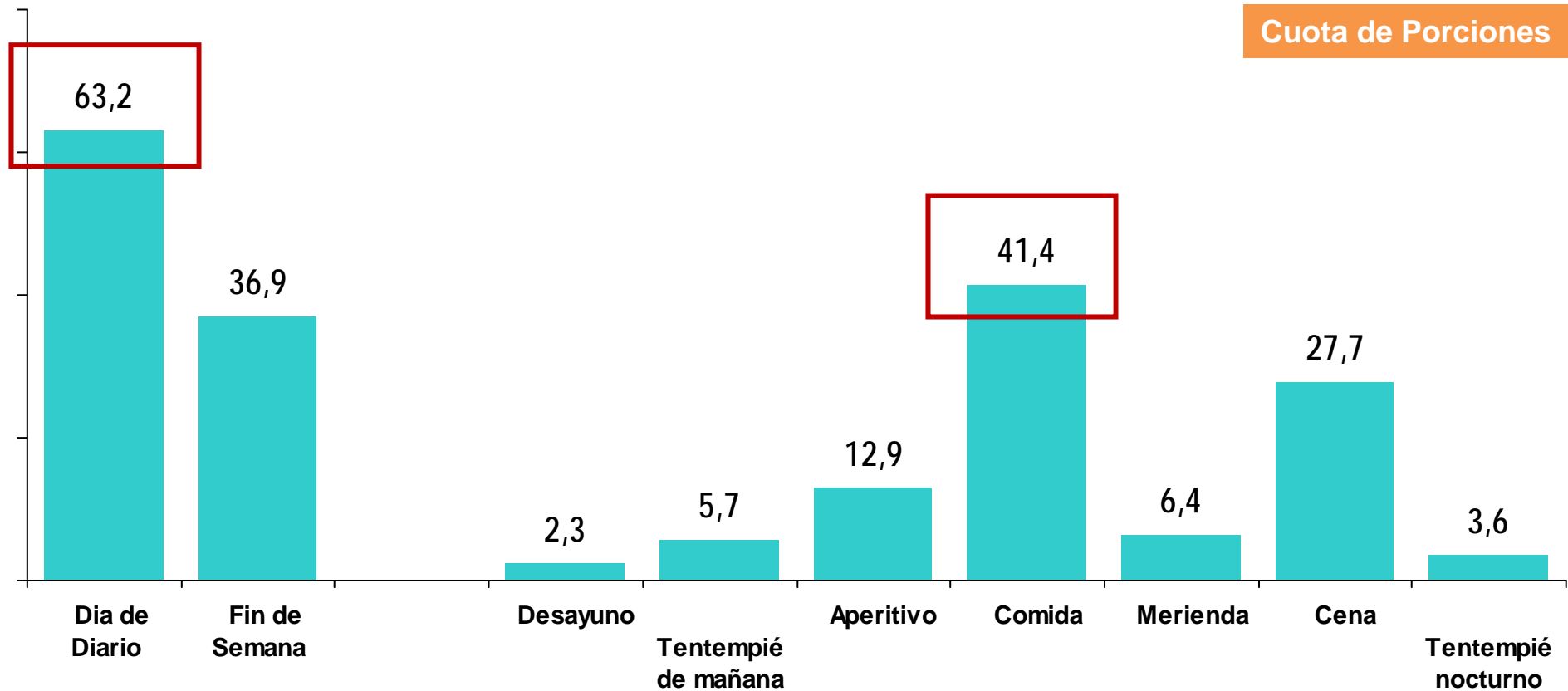


Cuota de Porciones

Consumo extradoméstico de vino

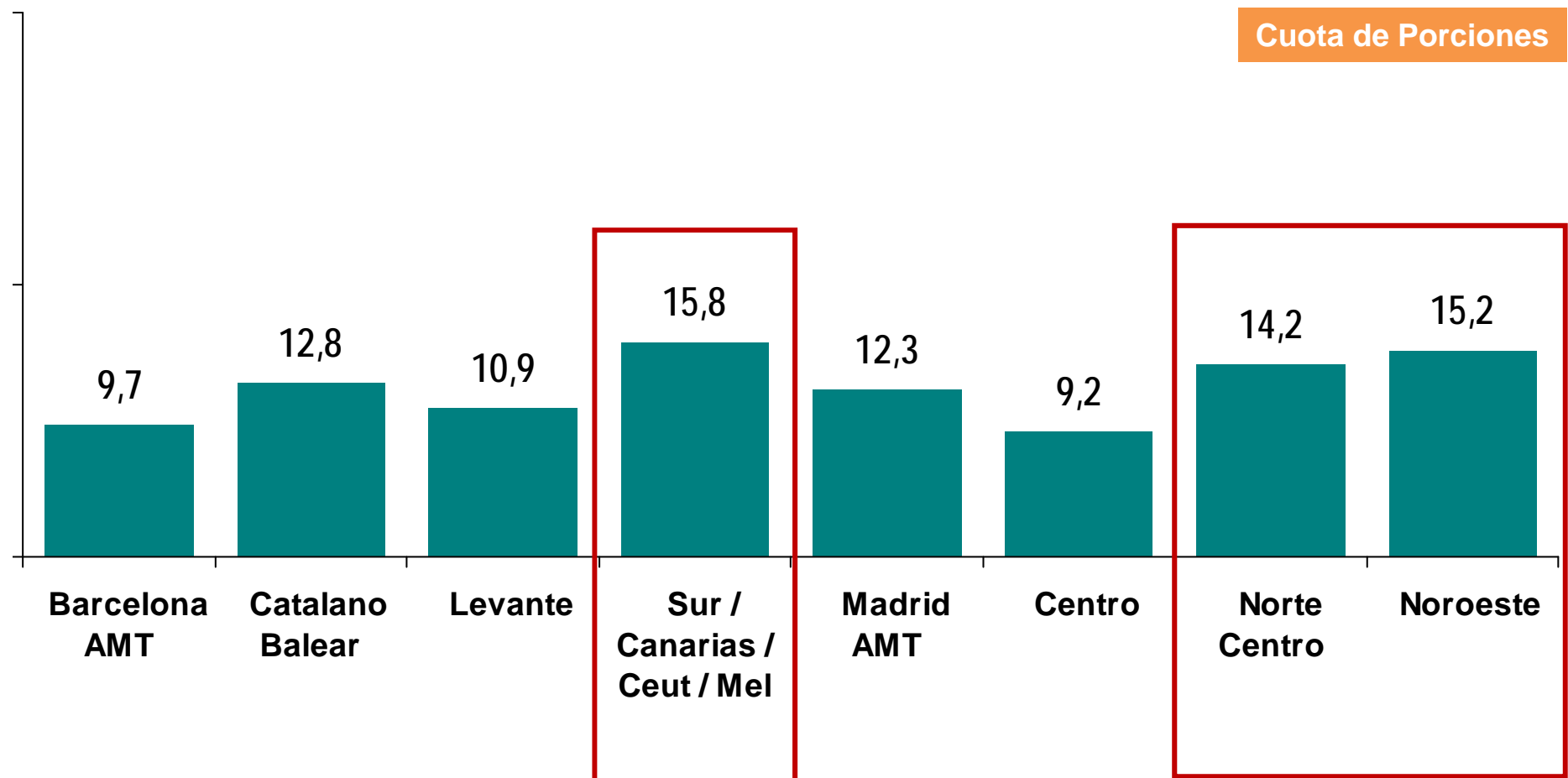
Desglose de consumo por momento del día y día de la semana

Cuota de Porciones



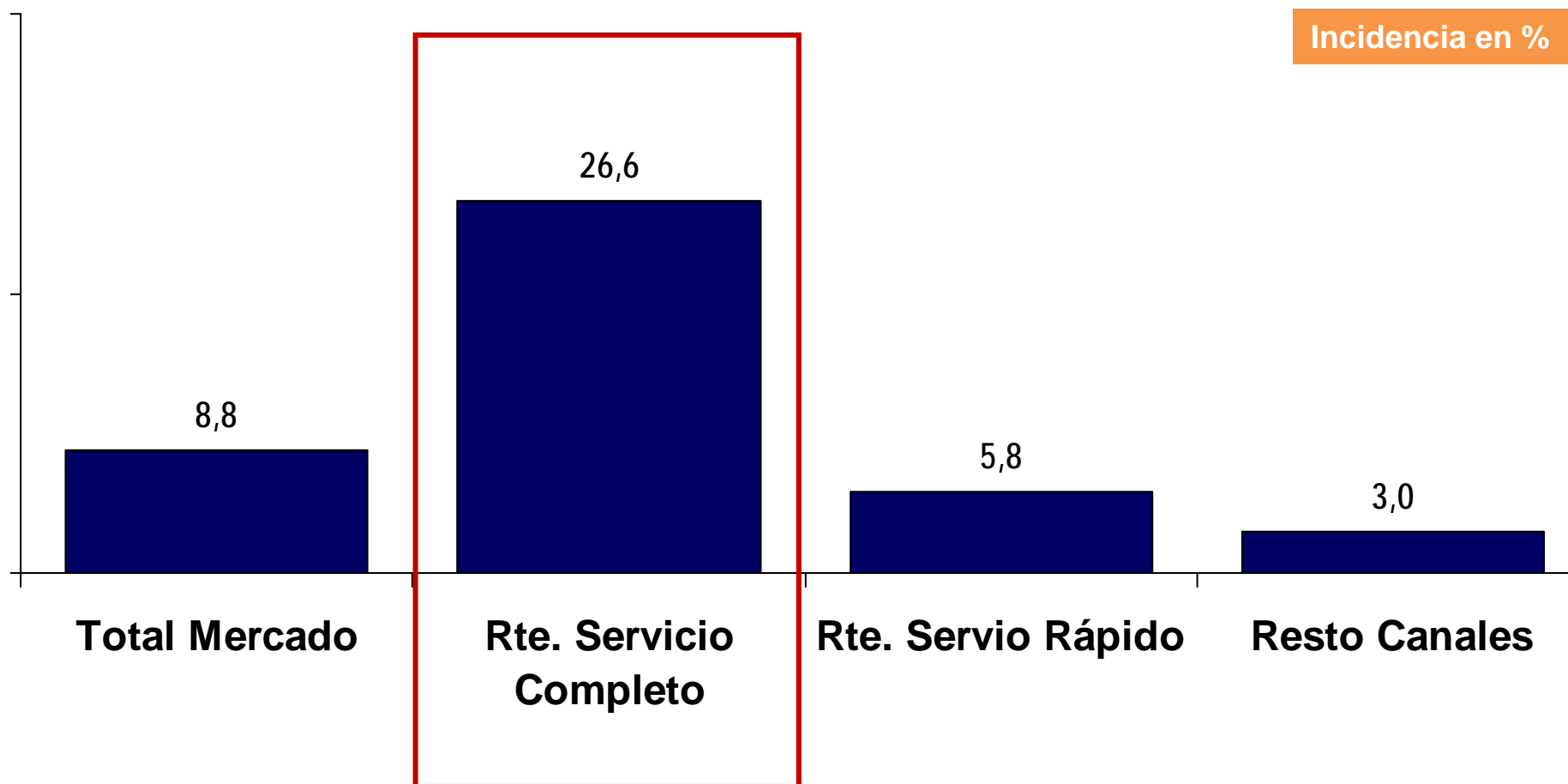
Consumo extradoméstico de vino

Desglose de consumo por región



Consumo extradoméstico de vino

Incidencia por canal



Consumo extradoméstico de vino

Perfil del consumidor

