

# Rueda lidera el aumento de ventas y ya es la tercera denominación del país

● Gana más de un punto de cuota y pisa los talones a Ribera del Duero, que se mantiene en segundo puesto y acorta distancia con Rioja

ESTHER NEILA / Valladolid  
Rueda ya es la tercera denominación de origen en venta de vino en España, por detrás de Rioja (que se mantiene en un indiscutible primer puesto con un 36,4% de la cuota de mercado, su valor mínimo tras retroceder un punto) y Ribera del Duero (que se queda con el mismo 9% de 2011). A sólo dos décimas, Rueda pisa los talones a su vecina con un 8,8%, al registrar el mayor aumento del país y ganar más de un punto de la tarta nacional en 2012.

Según el informe completo de la consultora Nielsen, al que ha tenido acceso este periódico, la marca de los verdejos se convierte de nuevo en el motor de crecimiento del vino español (lleva años aumentando su penetración a razón de un punto de cuota anual). Y eso, el año en el que el consumo interno marcó un mínimo histórico: los españoles bebimos el año pasado 594 millones de litros de vino, cinco millones menos que en 2011.

La bonanza de Rueda se enmarca en el imparable crecimiento de los vinos blancos —que casi en exclusiva capitalizaron el aumento de ventas— y en el buen comportamiento de las botellas con denominación de origen, las únicas que aumentan su participación (y, manteniendo sus precios).

Con la escalada de los *ruedas*, la manchega Valdepeñas retrocede al cuarto puesto (baja hasta el 7,1% de las ventas) y al quinto lugar sube La Mancha (5,4% de cuota). En sexto puesto, Navarra cae ligeramente (4,9%), mientras mejoran su comportamiento Penedés (3,4%) y Cariñena (2,8%). A continuación aparecen los dos principales competidores de Rueda, con quienes aumenta distancia: Rías Baixas (en novena posición, con el 2,7%) y Ribeiro (la décima, con el 2,4%).

## Estabilidad tinta.

Por colores, de cada cien botellas con DO comercializadas en España, 69 son de vino tinto, 24 de blanco y 7 de rosado. Los tintos continúan siendo la base de las ventas y en 2012 se mostraron estables, mientras que los blancos crecieron el 9,6% y los rosados descendieron un 1,5%.

En el capítulo blanco queda patente la posición de liderazgo de Rueda, que concentra el 36,2% de las ventas de estos vinos, un porcentaje que asciende al 44,3% en hostelería. Es decir, casi la mitad de las botellas blancas descorchadas en bares y restaurantes lucen la etiqueta de este consejo regulador. Ante esta situación, el informe de la



Línea de embotellado en una bodega de Rueda. / PABLO REQUEJO-PHOTOGENIC

consultora reconoce que «el aumento de cuota de los blancos de Rueda complica el entorno de participación del resto de denominaciones» españolas.

En cuanto a los tintos, los riojas mantienen su cómoda posición de liderazgo con el 48,5% de las ventas de este tipo de vinos con DO, aun-

que su pérdida de cuota «otorga una oportunidad de desarrollo a otras denominaciones», analiza Nielsen. Ribera del Duero crece en la comercialización de tintos hasta el 12,9% de participación, especialmente por el aumento de los vinos jóvenes y el mantenimiento de los crianzas.

## El consumo marca un mínimo histórico y sólo crecen los vinos de calidad

> **Cae el consumo total.** El estudio confirma una nueva caída del consumo general de vino en España, que si bien ha sido más suave que la del ejercicio anterior (-0,9% en 2012 frente al -3,7% en 2011), con 594 millones de litros representa un mínimo histórico en el país. Su valor, pese a todo, aumentó un 2%, al sumar 1.914 millones de euros.

> **Aumenta con DO.** Del volumen total, el 51% corresponde a vinos con DO (303 millones de litros). Tras el descenso del año anterior tanto en volumen como en valor, las botellas con denominación fueron las únicas que crecieron. Frente a la caída del 3,5% en el resto de categorías (vinos de la tierra, sin indicación geográfica y de importación), los vinos con este sello de calidad aumentaron un 2,1% en volumen (siete millones de litros más) y un 2,2% en valor. Lo que significa que vendieron más sin devaluar su precio. De hecho, al ser los de mayor valor añadido, suponen tres cuartas partes de la facturación vinícola nacional (1.451 millones de euros en 2012).

> **Trasvase a la alimentación.** Continúa el trasvase de los últimos años hacia el canal de alimentación: de cada cien botellas con denominación, 54 se venden ya en tiendas y 46 en bares o restaurantes. En el año 2001, la proporción era inversa y la hostelería concentraba el 65% de las ventas.

> **Por canales.** En hostelería Rueda es la segunda denominación y Ribera, la tercera (ambas por detrás de Rioja). En alimentación, Ribera ocupa el tercer puesto y Rueda, el quinto.

Por su parte, los tintos de la denominación leonesa Bierzo retroceden una décima y se quedan con el 1,5% de las ventas de esta tarta.

En el capítulo rosado, Cigales se queda con el 6,2% de participación y Tierra de León aumenta cuatro décimas hasta el 4,1% de la tarta rosé.