

El vino gana cuota en el supermercado frente a zumos y refrescos



Noticias

Las ventas en valor de los espumosos y vinos tranquilos en dicho canal crecen entre enero y mayo en un 4,9 % y un 2 %, respectivamente

Los productos vinícolas ganan cuota en en libreservicio dentro del segmento de las bebidas durante los cinco primeros meses de 2015, lo que contrasta con la caídas en otros productos como los zumos y los refrescos.

El informe "Market Trends" de Nielsen de mayo de 2015, analizado por el **Observatorio español del Mercado del Vino (OEMV)**, muestra que las ventas en valor de los espumosos y vinos tranquilos en dicho canal crecen entre enero y mayo en un 4,9 % y un 2 %, respectivamente.

También aumentan las aguas (+3,7 %), las cervezas (+0,2 %) y las bebidas alcohólicas (+0,1 %), mientras que refrescos y zumos descienden un -1,2 % y un -1,7 % respectivamente, según los datos del informe.

En líneas generales, la ventas de las bebidas en libreservicio se elevan un 0,4 % interanual, hasta los 2.676 millones de euros.

Respecto al total de la comercialización en el mercado de gran consumo, el sector de alimentación representa el 64,3 %, una cuota superior a la de los 5 primeros meses de 2014, cuando fue del 63,9%.

Las ventas realizadas en el sector de bebidas suponen el 14,6 %, porcentaje ligeramente inferior al del mismo período del año anterior (+14,8 %).

En cuanto a la marca de distribución, crece en todos los frentes, con una subida en el sector de alimentación de 0,3 puntos, lo que supone que ya alcanza el 45 % del total de ventas.

Redacción