

El vino en Australia

A. CIFRAS CLAVE

Australia es uno de los países con mayor renta per cápita del mundo y la decimotercera economía mundial¹, además de ser uno de los mercados clave de la región Asia-Pacífico. El mercado del vino en Australia reporta unos ingresos de 5.700 millones de dólares y es un mercado maduro que actualmente está pasando por una etapa de declive. El consumo de vino se ha reducido de media un 2,3 % anual de 2017 a 2022. Las principales razones de esta caída del consumo son: la moderación del consumidor en cuanto a la ingesta de alcohol, la competencia de otras bebidas alcohólicas (especialmente las ya preparadas o *Ready To Drink*, RTD), y la reducción en los ingresos discrecionales de las familias. Así y todo, la industria vitivinícola australiana se ha ido consolidando a lo largo de los últimos años tanto a nivel nacional como internacional, diversificando la oferta en el país.

La balanza comercial australiana del vino es históricamente positiva y, aunque el producto local está muy favorecido tanto por el consumidor como por las barreras comerciales, existe una tendencia hacia la “premiumización” que podría beneficiar a las importaciones de vino español, si se consiguen compaginar con campañas educativas que muestren el valor del producto español al consumidor australiano que, en general, está mucho más familiarizado con los productos franceses o italianos.

	2020	2021	2022	2023
Población (habitantes) ²	25.694.393	25.766.605	26.268.359	26.966.789
PIB per cápita a precios corrientes (USD) ³	53.252	64.327	65.574	65.434
Inflación ⁴	0,9 %	3,5 %	7,8 %	4,1 %

¹ Ranking de países según PIB del Banco Mundial.

² Australian Bureau of Statistics (junio, 2024). Se puede encontrar en: <https://www.abs.gov.au/>

³ Fondo Monetario Internacional.

⁴ Reserve Bank of Australia (mayo, 2024). *Measures of consumer price inflation*. Se puede encontrar en: <https://www.rba.gov.au/inflation/measures-cpi.html>

Exportaciones de vino-2204HC (millones de litros)	730	693	625	620
Importaciones de vino-2204 HC (millones de litros)⁵	102	109	102	106
Balanza comercial-2204 HC de Australia con el mundo (millones de euros)⁶	1.226	1.017	707	525
Importaciones de vino desde España-2204 HC (millones de euros)⁷	11,62	10,55	10	8,98
Balanza comercial de Australia con España-2204 HC (millones de euros)	-10,67	-9,43	-3,36	-3,24

B. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

B.1. Definición precisa del sector estudiado

La finalidad de este documento es ofrecer al lector una visión general del mercado del vino en Australia. La delimitación de este sector se realiza a partir del concepto de vino establecido en la Ley de la Viña y el Vino (24/2003) como “el alimento natural obtenido exclusivamente por fermentación alcohólica, total o parcial, de uva fresca, estrujada o no, o de mosto de uva”.

La siguiente tabla incluye las partidas arancelarias de las principales exportaciones de España a Australia según la clasificación del Sistema Armonizado (HS/ SA):

CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

Código arancelario	Descripción
22.04	Vino de uva fresca, incluyendo los vinos fortificados y el mosto de uva, excepto aquel incluido en la partida 2009 (Vinagres y sustitutos del vinagre obtenidos a partir del ácido acético)
2204.10	Vino espumoso
2204.21	Otros vinos; mostos de uva en el que se impide o detiene la fermentación mediante la adición de alcohol. En recipientes con capacidad inferior o igual a 2 litros

Según esta clasificación, la partida 2204.21 concentra la mayor parte de las exportaciones de España a Australia, más de un 75 %, seguida por la partida 2204.10, que supone alrededor de un 15 % de las mismas.

B.2. Tamaño del mercado

El consumo total de alcohol en Australia ha aumentado en la última década; sin embargo, esto se debe principalmente al crecimiento de la población, ya que el consumo per cápita ha disminuido en el mismo período y cada vez más consumidores optan por productos con bajo nivel de alcohol o sin alcohol. Se espera que el consumo per cápita de alcohol continúe disminuyendo, lo que limitará la demanda local de vino y afectará a los márgenes del sector.

⁵ Los datos tanto de exportación como de importación provienen de *The Australian and NZ Wine Industry Directory & Buyers' Guide 2024*.

⁶ En millones de AUD: 1.997 (2020), 1.657 (2021), 1.152 (2022), 855 (2023). Considerando el tipo de cambio medio en 2023 de 0,614 EUR/AUD.

⁷ Datacomex, última consulta julio de 2024.



En 2023 la producción australiana de vino supuso el 4 % de la producción mundial. Después de un 2023 que supuso los valores más bajos en cuanto a volumen de uva prensada en los últimos 20 años, el prensado de uva en Australia para 2024 asciende a 1,43 millones de toneladas. Esto supone un incremento del 9 % en relación con los datos de 2023, pero se sigue manteniendo por debajo de la media de los últimos 10 años (un 18 % inferior)⁸. El prensado de las variedades de tinto ha disminuido un 1 %, mientras que el de las de blanco ha aumentado un 19 % respecto al año anterior.

La distribución de la producción de vino en Australia se puede segmentar según la zona de recogida y prensado de la uva. Australia Meridional es la región que más contribuye al prensado de la uva australiana, en ella se prensa el 49 % de la uva nacional, le siguen Nueva Gales del Sur (29 %), Victoria (17 %), Australia Occidental (3 %) y Tasmania y Queensland, donde se prensa alrededor del 1 % del total.

PRINCIPALES TIPOS DE UVA TINTA Y BLANCA PRODUCIDAS EN AUSTRALIA

Tipo de uva	Toneladas 2023	Toneladas 2024	Variación de la producción	Valor total estimado 2023 en AUD	Valor total estimado 2024 en AUD	Variación de valores estimados
Chardonnay	253.887	332.643	31 %	154.623.046	195.379.885	26 %
Shiraz	346.156	297.868	-14 %	286.095.276	234.178.798	-18 %
Cabernet Sauvignon	151.216	153.644	1 %	123.216.181	113.870.110	-7,6 %
Sauvignon Blanc	85.961	89.120	1 %	71.176.499	67.807.062	-4,7 %

Fuente: Wine Australia, *National Vintage Report 2024*

El mercado del vino en Australia es maduro; se produce más vino del que consume. Los principales países a los que Australia exporta vino son Reino Unido, EE. UU., Hong Kong y Canadá. China, que hasta el año 2020 era el primer comprador de vino de Australia, ocupa actualmente el 21.º puesto⁹ tras tres años imponiendo fuertes aranceles a la importación de vino australiano, que resultaron en una caída de más del 90 % de las exportaciones al país, tanto en valor como en volumen. Desde marzo de 2024 se han levantado estas sanciones y los exportadores australianos pueden vender sus productos nuevamente en este mercado con aranceles del 0 %¹⁰. Aunque se espera un aumento de las exportaciones a China, parece que la tendencia hacia la diversificación de la cartera de clientes de los exportadores de vinos australianos continuará en los próximos años hacia países como Tailandia, Filipinas o Vietnam¹¹.

El valor de las exportaciones australianas ha disminuido en un 10 % en valor hasta los 1.870 millones de AUD, y en volumen ha disminuido en un 1 % hasta los 621 millones de litros en el año financiero de 2022-2023. Estos resultados se producen por la disminución global del consumo de vino, especialmente de aquellos con un PVP inferior a 10 dólares por botella.

Francia fue origen del 47 % de las importaciones de vino de Australia en 2023, seguida de Nueva Zelanda (34 %), Italia (11 %), España (1,6 %) y EE. UU. (1,5 %). Esta proporción en el nivel de importaciones se mantiene bastante estable para los últimos 5 años. Las importaciones de Francia muestran una tendencia al alza, desde 231.987 miles de AUD en 2019 a 303.952 miles de AUD en 2023, alcanzando un máximo de 317.130 miles en 2021. Por otro lado, las importaciones de vino de Italia aumentaron de 69.301 en 2019 a 76.082 miles de AUD en 2023¹². El mercado de vino neozelandés y el australiano están estrechamente relacionados¹³, los productores neozelandeses tienen la

⁸ Wine Australia, *National Vintage Report 2024*. Se puede consultar en: <https://shorturl.at/svGF9>. En este informe se tienen en cuenta los datos según el año fiscal australiano (julio-junio).

⁹ Trademap.

¹⁰ Anthony Albanese, primer ministro australiano, "Resolution of wine dispute with China", 28 de marzo de 2024. Se puede consultar en: [Resolution of wine dispute with China | Prime Minister of Australia \(pm.gov.au\)](https://www.pm.gov.au/news/press-releases/2024/03/28/resolution-of-wine-dispute-with-china)

¹¹ UNSW "China has finally removed crushing tariffs on Australian wine. But re-establishing ourselves in the market won't be easy" (abril, 2024) Se puede consultar en: <https://acortar.link/0PJQP3>

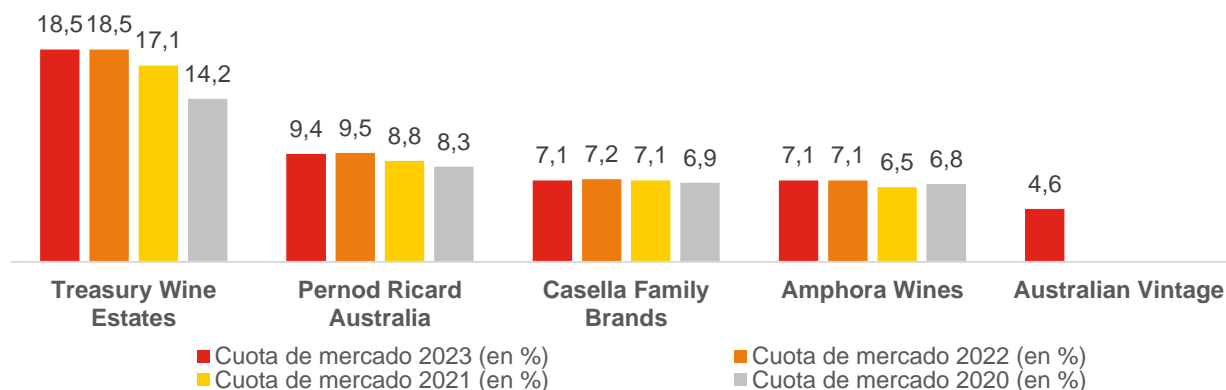
¹² Trademap.

¹³ Wine Australia. 2024. "Shipments across the Tasman: a long-term look at Australia's wine relationship with New Zealand". Se puede consultar en: <https://www.wineaustralia.com/news/market-bulletin/issue-307>

ventaja competitiva de la cercanía geográfica al mercado, la armonización de gran parte de sus legislaciones alimentarias y la extensión del *Wine Equalisation Tax Rebate* a los productores de vino elaborado en Nueva Zelanda.

B.3. Principales actores

PRINCIPALES EMPRESAS PRODUCTORAS DE VINO AUSTRALIANO, SEGÚN SU CUOTA DE MERCADO



Fuente: IBISWorld.

Las cuatro principales empresas productoras de vino australiano cuentan con más del 40 % de la cuota de mercado del sector. Mientras estas grandes empresas han aumentado su cuota en los últimos años, debido principalmente a la existencia de un mercado de fusiones y adquisiciones muy activo, la demanda de vinos de pequeños productores por parte de los principales comercios minoristas se está reduciendo, porque grandes grupos como Coles o Endeavour Group están aumentando sus carteras de vinos de marca propia.

C. LA OFERTA ESPAÑOLA

Los vinos españoles gozan de un gran prestigio y reconocimiento internacional, sin embargo, los vinos españoles cuentan con una notoriedad mucho menor que otros vinos europeos. Aunque España es el cuarto mayor exportador de vinos a Australia, estas importaciones representan menos del 3 % del total, quedando muy por detrás de las de Francia e Italia. Quizás el tipo de vino español más popular actualmente en el mercado australiano sea el tempranillo, además también se pueden encontrar fácilmente otras variedades como el albariño, mencia o garnacha. En cuanto a denominaciones de origen, Rioja, Ribera del Duero, Rías Baixas o Bierzo son de las más ofertadas, aunque se pueden encontrar muchas más.

En Australia, los consumidores prefieren vinos locales, una tendencia que se ha intensificado globalmente y presenta un desafío para los vinos españoles. Además, el desconocimiento sobre las variedades de uva y las clasificaciones españolas en Denominaciones de Origen dificulta que los consumidores australianos valoren la calidad de este producto sin haberlo probado previamente. Por ello, las empresas españolas deben invertir significativamente en comunicación y promoción para mejorar su presencia en el mercado australiano.

Según Beth Willard, australiana reconocida experta en vino español y miembro de la Gran Orden de Caballeros del Vino: “(...) los productores en España están elaborando vinos más interesantes que nunca, es un buen momento para acercarse al mercado (australiano). Se prevé un crecimiento del sector de los vinos premium australianos, una oportunidad que deben aprovechar las bodegas de las prestigiosas e históricas regiones españolas. La accesibilidad de los estilos de vino españoles y las variedades autóctonas también debe ser un foco de atención... no hay que olvidar que a los australianos ya les encanta la garnacha, ¡pero aún no se han familiarizado con sus raíces españolas!”



D. OPORTUNIDADES DEL MERCADO

Existe una serie de tendencias en este mercado que las empresas españolas del sector podrían convertir en oportunidades de negocio, o tener en consideración a la hora de diseñar su entrada en este mercado.

El **vino blanco** tranquilo tiene la mayor participación en ventas, con un 46 %, seguido por el tinto tranquilo con un 32 %. Según el último reporte de Wine Australia, las únicas categorías que están creciendo actualmente son el vino rosado tranquilo y el vino espumoso (excluyendo el *Champagne*). Gran parte del crecimiento en el espumoso fue impulsado por el *prosecco*. Otras variedades que mostraron crecimiento fueron: pinot grigio, rosado y pinot gris. El chardonnay aumentó un 1 %, mientras que el shiraz y el cabernet sauvignon disminuyeron. Estos cambios reflejan la tendencia hacia las variedades de uva blancas y rosadas¹⁴.

En los últimos años, se ha observado una tendencia hacia la “**premiumización**”¹⁵ del vino. Aunque esta se ha debilitado ligeramente durante la primera mitad del 2023, se cree que esto se debe a presiones económicas a corto plazo y que la tendencia continuará creciendo durante los próximos 5 años.

El interés creciente por la sostenibilidad y las prácticas orgánicas ha llegado al mercado australiano. Los consumidores son cada vez más conscientes del impacto ambiental que generan sus compras, por lo que impulsan a las bodegas a adoptar métodos ecológicos en el cultivo y la producción de uvas. En Australia, la demanda de vinos sostenibles está en aumento. Australia ocupa el undécimo puesto en superficie de viñedos **orgánicos**, con una participación del 1,08 % mundial. Según IWSR, las ventas de vino orgánico en el mercado nacional australiano han aumentado de manera constante desde 2012, de 100.000 cajas en 2012 a 1,5 millones de cajas en 2022.

El **vino sin alcohol** está experimentando un notable crecimiento, en línea con la preferencia del consumidor por opciones más ligeras, lo que refleja un creciente interés por la salud y el bienestar de los compradores. IWSR pronostica que el vino con bajo o ningún contenido de alcohol crecerá en promedio un 6 % de 2023 a 2027, alcanzando más del 1 millón de cajas (un 2 % del mercado del vino). La generación Z y los *millennials* son el principal sector de la población consumidora de este tipo de vinos.

E. CLAVES DE ACCESO AL MERCADO

E.1. Distribución

Los principales canales de distribución del vino en Australia son el canal *on-trade*, similar al canal HORECA en España; el canal *off-trade*, que abarca tiendas especializadas, supermercados con licencia y el comercio *online*; y la venta directa al consumidor desde la bodega.

Dentro del canal *off-trade* en Australia, hay dos tipos de distribuidores: mayoristas y minoristas. En los últimos años, el mercado mayorista ha disminuido debido a la venta directa de los minoristas, que compran más directamente de las bodegas y venden vinos bajo sus propias marcas. Las tiendas especializadas, llamadas *bottle shops*, suelen ser parte de grandes grupos minoristas y dominan el mercado *off-trade*. Endeavour Group (escisión de Woolworths desde 2021) y Coles representan casi el 60 % de las ventas de bebidas alcohólicas en Australia. Otros minoristas se han asociado en grupos de compras o se han especializado en vinos *premium* u orgánicos.

El canal de **venta online** es especialmente popular para vinos *premium* y variedades poco comunes. Se espera que la proporción de vino comprado en línea crezca del 15 % en 2022 al 18 % en 2026. Esto probablemente se deba a un cambio generacional en los consumidores de vino (generación Z y *millennials*, más acostumbrados a realizar compras *online*), además de a motivaciones como la existencia de buenas ofertas promocionales, una mayor variedad de productos y la disponibilidad de productos difíciles de encontrar¹⁶. Los principales sitios de compra de vino *online* incluyen Dan Murphy's, BWS, Wine.qantas.com, Winedirect, Liquorland, Naked Wines y Just Wines. Empresas de entrega rápida como Jimmy Brings, Booze Bud y QuickBottle también han ganado popularidad, así como plataformas como Vivino, Vinomofo y Winedepot.

¹⁴ Wine Australia, 2024. *Bright spots for wine despite challenges in Australia's domestic market*. Se puede encontrar en: <https://acortar.link/o8yO17>

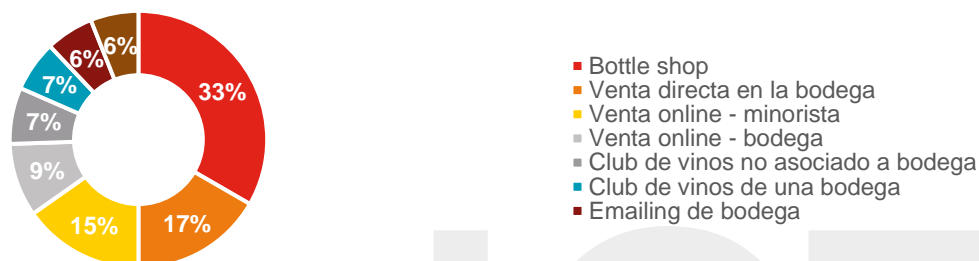
¹⁵ Preferencia del consumidor por productos de mayor calidad.

¹⁶ Wine Australia, 2024. *Bright spots for wine despite challenges in Australia's domestic market*. Se puede encontrar en: <https://acortar.link/o8yO17>

El canal **on-trade** por su parte es el canal ideal para vinos de importación, ya que la preferencia por productos nacionales del consumidor local hace que estos sean reacios a probar nuevos vinos, a menos que se los recomienden camareros o sumilleres. Los restaurantes y bares pueden servir de escaparate para vinos españoles, especialmente mediante la venta por copas (*wine by the glass*), opción que permite al cliente probar una nueva variedad de vino sin tener que comprar una botella. Sin embargo, la escasez de restaurantes y bares españoles limita la comercialización de estos vinos por medio de este canal. Esto contrasta con la importante presencia de restaurantes italianos o restaurantes con producto más local que tienden a elegir vinos franceses como oferta internacional en sus cartas de vino.

Las bodegas australianas han conseguido aumentar sus **ventas directas** al consumidor en un 8 % de media. Este canal de ventas representa el 38 % de los ingresos de las bodegas en Australia. El aumento en popularidad de este canal puede suponer un reto para los exportadores españoles.

PRINCIPALES CANALES DE VENTA EN EL MERCADO AUSTRALIANO



Fuente: "Wine channel purchase behaviour of Australian wine consumers main report", Wine Australia.

E.2. Legislación aplicable y otros requisitos

BARRERAS ARANCELARIAS

Arancel	Descripción
Derecho arancelario	5 % sobre las importaciones de vino dentro del código HS 2204 en Australia.
Tarifa adicional por alcohol	60,05 AUD por litro de alcohol puro para vinos > 1,15 % de alcohol.
Goods and Services Tax (GST)	10 % sobre el PVP del vino.
Wine Equalisation Tax (WET)	29 % sobre el valor del vino comercializado, aplicable a todos los vinos en el mercado.

La normativa específica sobre el vino se encuentra en el *Standard 2.7.4. Wine and Wine Product del Food Standards Code*. En cuanto al **etiquetado**, este se regula en varias leyes nacionales y estatales. La información mínima obligatoria que debe aparecer en las etiquetas de todo alimento o bebida orientado a la venta al por menor incluye: nombre y naturaleza del producto, número de lote, nombre y dirección del proveedor, graduación alcohólica, capacidad del envase, país de origen, número de copas estándar que contiene, declaración de alérgenos, advertencias sobre riesgos relativos al consumo del producto y condiciones específicas de almacenamiento.

La inclusión de la añada, la variedad de uva y la indicación geográfica en la etiqueta es opcional. Sin embargo, las bebidas alcohólicas deben obligatoriamente incluir una advertencia relacionada con el embarazo que contenga las palabras *Pregnancy Warning*, la declaración "*alcohol can cause lifelong harm to your baby*" y el logotipo aprobado.



ETIQUETADO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS



Fuente: FSANZ.

En cuanto a los **vinos orgánicos**, aunque no están regulados en Australia, los productores pueden optar por certificaciones de entidades privadas y utilizar sus logotipos en el etiquetado para distinguir sus productos ante los consumidores.

E.3. Ayudas

El *Wine Equalisation Tax rebate* es una ayuda gubernamental que permite a las empresas que cumplen ciertos requisitos reclamar el reembolso parcial o total del WET a través del *Producer WET rebate*, lo cual suele ser difícil para las empresas importadoras, perjudicando a los vinos de importación y encareciendo su coste, ya que sólo las grandes bodegas con distribución propia pueden beneficiarse. Además, el Gobierno australiano mantiene una financiación de 10 millones de AUD anuales para la *Wine Tourism and Cellar Door Grant* hasta 2027-28, asigna 2 millones de AUD en 2024-25 para ayudar a exportadores agrícolas a restablecer conexiones comerciales en China, y destina 69,7 millones de AUD durante cuatro años a partir de 2024-25 para apoyar el comercio, turismo e inversión, incluyendo mejoras en la plataforma Go Global Toolkit y un programa piloto para atraer graduados a la agricultura¹⁷.

E.4. Ferias

- [Good Food & Wine Show](#): feria de comida y vino dirigida a consumidores finales, de periodicidad anual en las cuatro principales ciudades australianas desde 2001.
- [WineTech](#): feria que incluye una parte de conferencia y otra de exhibición, ambas dirigidas a profesionales del sector vinícola que buscan ampliar su red de contactos, descubrir nuevos productos y conocer las novedades del sector.
- [Fine Food Australia](#): feria dirigida a los profesionales del sector de la alimentación en Australasia con más de 40 años de trayectoria.
- [FoodService](#): feria dirigida a los profesionales del sector HORECA que buscan ampliar su red de contactos y su gama de productos.

F. INFORMACIÓN ADICIONAL

Asociaciones y organismos sectoriales: [Australian Grape and Wine Authority \(AGWA\)](#); [Winemakers' Federation of Australia \(WFA\)](#), [Australian Wine Research Institute \(AWRI\)](#); [Australian Society of Viticulture and Oenology \(ASVO\)](#) y [Wine Industry Suppliers Australia \(WISA\)](#)

Otros organismos relevantes: [Food & Beverage Importers Association \(FBIA\)](#), [FSANZ](#), [Department of Agriculture, Australian Border Force](#).

Informes de interés: [El mercado del vino en Australia 2022](#), [Wine Australia: Production, sales and inventory 2022-2023](#) y [Australian & New Zealand Wine Industry Directory 2024](#).

¹⁷ 2024 Federal Budget - Australian Grape & Wine. Australian Grape & Wine. Se puede consultar en: <https://www.agw.org.au/2024-federal-budget/>

G. CONTACTO

La Oficina Económica y Comercial de España en Sídney está especializada en ayudar a la internacionalización de la economía española y la asistencia a empresas y emprendedores en **Australia**.

Entre otros, ofrece una serie de Servicios Personalizados de consultoría internacional con los que facilitar a dichas empresas: el acceso al mercado de Australia, la búsqueda de posibles socios comerciales (clientes, importadores/distribuidores, proveedores), la organización de agendas de negocios en destino, y estudios de mercado ajustados a las necesidades de la empresa. Para cualquier información adicional sobre este sector contacte con:

Centro Edgecliff, Oficina 408, 4º Piso, 203 New South Head Rd, Edgecliff.
Sídney 2026 - Australia
Teléfono: +61 2 9362 4212
Correo electrónico: sidney@comercio.mineco.es
<http://Australia.oficinascomerciales.es>

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h) [913 497 100](mailto:informacion@icex.es) informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

INFORMACIÓN LEGAL: Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

AUTORA

Sara Baamonde González

Oficina Económica y Comercial
de España en Sídney

sidney@comercio.mineco.es

Fecha: 30/07/2024

© ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 22424012X

www.icex.es

