

EL MERCADO DE LA NUEVAS TENDENCIAS DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN FINLANDIA 2026

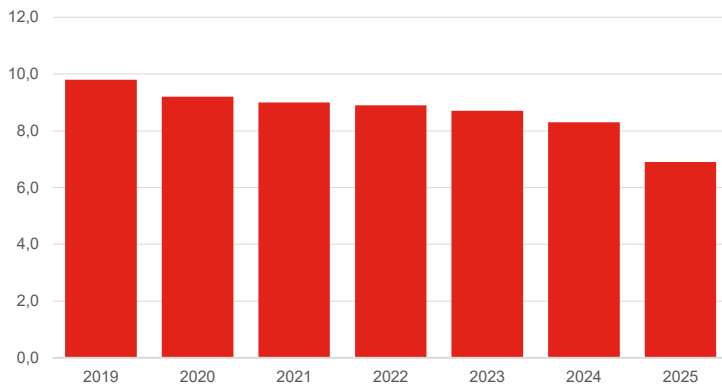
Definición del sector

Productos	Nuevas tendencias en bebidas fermentadas y destiladas. Formatos y envases.	Nuevas tendencias en bebidas alcohólicas	Ready-to-drink (RTD), Vinos de baja graduación o sin alcohol, Vinos Naturales y Sangrías.
Categorías	Por proceso y graduación. Por canal y graduación	Principales productos demandados	RTD (Lonkero, Hard Seltzers). Vinos (baja graduación, sin alcohol y naturales).

Puntos clave del mercado

Consumo de alcohol per cápita (2019 - 2025)

Datos en litros de alcohol puro per cápita



- El consumo total de alcohol en Finlandia sigue en descenso y en 2025 se situó en torno a 6,9 litros de alcohol por persona.
- La tendencia general del mercado va hacia bebidas de menor graduación, sin alcohol, formatos prácticos y consumo más moderado.
- La fiscalidad es alta y escalonada por graduación, por lo que el precio final depende mucho del tipo de bebida y del alcohol contenido.
- El mercado está muy regulado y existe un monopolio estatal para la venta minorista de alcohol de mayor graduación (+8% AVB) llamado Alko.
- Desde junio de 2024, los supermercados pueden vender bebidas fermentadas de hasta 8% AVB, lo que amplía mucho la competencia.

Vino natural

- Definición: Vino elaborado con mínima intervención en bodega y en viñedo, sin aditivos y con pocos o ningún sulfito añadido para preservar la expresión natural del vino.
- Oferta: reducida y selectiva en supermercados. El canal principal es Alko junto con restaurantes y wine bars.
- Destacan referencias españolas: Alta Alella, Els Vinyerons, Las Moradas de San Martín y Albert i Noya.
- Demanda: crece por sostenibilidad, autenticidad y consumo premium.
- Es una categoría de nicho.

Bebidas RTD (ready-to-drink)

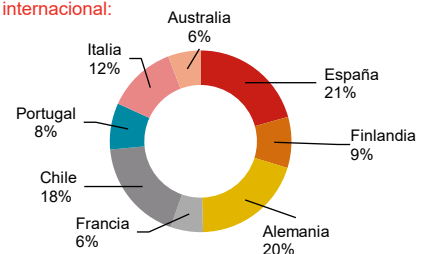
- Bebidas RTD (ready-to-drink) son cócteles listos para beber, en envases individuales con un contenido de alcohol del 4-12% AVB.
- Oferta: Mercado dominado por marcas locales como: Hartwall, Synebrychoff, Olvi y Kyrö.



- Demanda: Conveniencia, sabor, formato práctico y opciones de baja graduación. Fuerte entre los jóvenes.

Vinos de baja graduación/sin alcohol

- Son vinos con una graduación de entre 0,0% y 8% AVB.
- Oferta: Más variedad en Alko, pero gran presencia internacional:



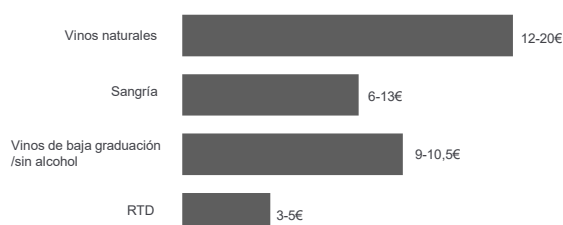
- Demanda: Aumento por moderación y caída del consumo total de alcohol.

Sangría

- Solo se considera sangría si es producida en España o Portugal, sino se considera bebida aromatizada a base de vino.
- Oferta: la referencia más visible en el mercado es Don Simón. Presencia de marcas como Peñasol, Monserrat, Olala y Camp.
- Demanda: es un producto de nicho, con consumo estacional y mejor encaje en verano, picnics, reuniones informales y ocio al aire libre.

Precios

Datos en euros



- Vinos naturales: 12-20 € aproximadamente por botella de 0,75 l; zona habitual de compra en torno a 15-18 €, con opciones más accesibles cerca de 10-12 € y referencias premium por encima de 20 €.
- Sangría: aproximadamente 6-13 € por botella; las referencias más comunes suelen moverse en torno a 7-9 € por litro/envase estándar.
- Vinos de baja graduación y sin alcohol: en supermercados rondan los 9-10,5 € por botella, mientras que en Alko, normalmente los precios son algo más altos.
- RTD/ cócteles listos para beber: alrededor de 3-4,5 € la lata de 330 ml, mientras que los Hard Seltzer suelen ser algo más caros; 3,5-5 €

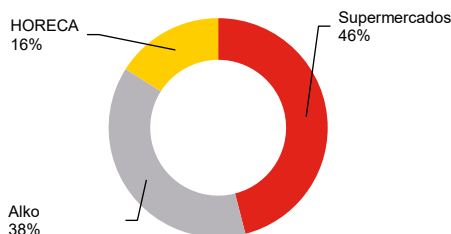
EL MERCADO DE LA NUEVAS TENDENCIAS DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN FINLANDIA 2026

Percepción del producto español

- La **percepción** del producto español es **en general positiva** en Finlandia, especialmente cuando se asocia a calidad, fiabilidad y buen precio.
- España tiene **presencia reconocida en vino** y es conocido como proveedor.
- En **bebidas más innovadoras** como las RTD (*ready-to-drink*) la marca española **no tiene visibilidad** notable.
- El consumidor finlandés aprecia los **sabores frescos, frutales y equilibrados**, por lo que los **productos españoles** funcionan mejor **cuando se adaptan** a ese perfil.
- La percepción mejora mucho cuando el producto combina origen español con **una propuesta clara para Finlandia**, es decir, calidad, adaptación local y un precio competitivo.

Canales de distribución

Venta de bebidas alcohólicas por canal



- El canal de distribución en Finlandia está muy concentrado, con **S Group y Kesko dominando el retail** (bebidas < 8 % AVB), mientras que **Alko** sigue siendo **clave** para las bebidas de **mayor graduación**.

Perspectivas del sector

- Crecimiento sostenido de las **categorías de bebidas de baja graduación y sin alcohol**, impulsado por tendencias de salud, bienestar y **moderación en el consumo**.
- Consolidación de las bebidas **RTD como uno de los segmentos más dinámicos** del mercado, apoyado por la **innovación en sabores, formatos y versiones premium**.
- Incremento de la importancia de la sostenibilidad y de los **envases ligeros y reciclables como factor de diferenciación**.
- Tendencia hacia **productos premium**, con ingredientes **naturales**, menor contenido en azúcar y propuestas más sofisticadas.
- Lanzamiento de productos de baja graduación o sin alcohol para **aprovechar el cambio en las preferencias de consumo**.
- Posicionamiento premium basado en **calidad, ingredientes naturales, autenticidad y experiencia de consumo**.
- Apostar por **envases sostenibles** (*bag-in-box*, vidrio ligero, latas reciclables) alineados con la sensibilidad medioambiental del consumidor finlandés.
- Colaborar con importadores y distribuidores locales**, actores clave para acceder a un mercado altamente concentrado y regulado.
- Introducir **productos diseñados específicamente para el canal supermercado**, donde predominan referencias de alta rotación y consumo cotidiano.

Información práctica

Ferias y eventos	Organismos públicos relevantes	Asociaciones
Helsinki Wine Meet www.helsinkiwineevent.fi	Alko www.alko.fi	MaRa www.mara.fi
Viini & Ruoka www.viinijaruoka.messukeskus.com	Valvira www.valvira.fi	Finnish Sommelier Association www.sommeliers.fi
Wine & Food Fair www.myhelsinki.fi/events/wine-food/		Panimoliitto www.panimoliitto.fi

Más info [Accede aquí](#) al estudio de mercado completo

Realización
Miren Ortuzar Villanueva

16 de junio de 2026
Helsinki

Supervisión
Oficina Económica y Comercial de
la Embajada de España en Helsinki

<https://www.icex.es/es/explora-por-pais/finlandia>

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

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.

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

Información y atención al cliente
913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)
www.icex.es/es/contacto
www.icex.es

JUNIO, 2026 · NIPO 224260160