

Mercado mundial del vinagre balsámico 2026

Tamaño del mercado, segmentación, panorama competitivo y perspectivas

2021–2031

Avanzamos juntos



Todos hemos oído alguna vez la frase de *Alicia en el país de las maravillas*: «Hay que correr todo lo que se pueda para permanecer en el mismo sitio. Si quieres llegar a otro lugar, tienes que correr al menos el doble de rápido». Aunque la cita se haya convertido en un cliché, nuestro mundo está cambiando a una velocidad extraordinaria. Y, sin embargo, a mi juicio, lo importante no es solo correr rápido, sino —sobre todo— saber hacia dónde se corre.

Nos vemos como el navegante, preparado para señalar el rumbo correcto en el momento oportuno. Al proporcionar información actualizada y oportuna para las decisiones importantes, buscamos proteger a nuestros clientes de pasos en falso y ayudarles a encontrar nuevas oportunidades.

Para nosotros es importante que quede satisfecho con el trabajo que hemos realizado. Si tiene alguna pregunta sobre este informe, estaremos encantados de responderla.

ANDREY SHEVCHENKO, Socio director

© shev.io — Todos los derechos reservados.

Exención de responsabilidad

Este informe ha sido elaborado por shev.io exclusivamente con fines informativos. shev.io no garantiza la exactitud ni la integridad de toda la información contenida en el informe, ya que los datos de algunas fuentes pueden haber sido distorsionados de forma involuntaria o deliberada. La información presentada en este informe no debe interpretarse, directa ni indirectamente, como si contuviera recomendaciones para futuras actuaciones empresariales. Todas las opiniones y estimaciones contenidas en este informe reflejan el criterio de los autores en la fecha de publicación y pueden modificarse sin previo aviso.

shev.io no asume responsabilidad alguna por las pérdidas o los daños derivados del uso por parte de terceros de la información contenida en este informe, incluidas las opiniones o conclusiones publicadas, ni por las consecuencias causadas por el carácter incompleto de la información presentada. La información presentada en este informe se obtiene de fuentes abiertas. Puede facilitarse información adicional previa solicitud.

Este documento, o cualquier parte del mismo, no puede distribuirse sin la autorización escrita de shev.io ni reproducirse por ningún medio.

Condiciones de uso

Este informe se proporciona al usuario bajo una **licencia no exclusiva, intransferible y limitada**, exclusivamente para uso interno dentro de los fines para los que el informe se adquirió legítimamente.

El usuario **no puede**, total ni parcialmente, transferir, vender, regalar, publicar ni distribuir de otro modo el informe a terceros, ni entregarlo a otras personas jurídicas, organizaciones colaboradoras o equipos externos (incluidas las empresas afiliadas). Se prohíbe poner el informe (o fragmentos del mismo) a disposición del público (sitios web, redes sociales, servicios de mensajería, servicios de intercambio de archivos, almacenamiento en la nube con enlaces abiertos) o facilitar el acceso mediante servicios de terceros cuando ello permita a terceros consultar los materiales.

Si el informe lo adquiere una **empresa**, se permite su uso **únicamente a los empleados de dicha empresa** para tareas internas. Se prohíbe entregar el informe a contratistas, consultores, profesionales independientes, agencias y cualquier parte externa.

Todos los derechos exclusivos sobre el informe —incluidos su estructura, textos, selección de datos, visualizaciones, tablas, gráficos y elementos de diseño— pertenecen al titular de los derechos (shev.io) o se utilizan con fundamento legal. El usuario recibe el derecho a utilizar el informe únicamente dentro de estas condiciones.

Sin el consentimiento escrito de shev.io, se prohíbe crear productos derivados basados en el informe, utilizarlo como parte de un producto o servicio distribuido comercialmente, o eliminar o modificar los avisos de derechos de autor.

Se permite el uso de **citas breves** y fragmentos **únicamente en documentación interna** (notas internas, informes, presentaciones, correspondencia de trabajo), siempre que se conserven el significado y el contexto y se cite la fuente: *shev.io*. Cualquier publicación o uso de los materiales en lugares accesibles a terceros solo se permite con el consentimiento previo y por escrito de shev.io.

© shev.io — Todos los derechos reservados.

El mercado de un vistazo

Esta muestra presenta el **formato y la profundidad** del informe: contenido narrativo real con las cifras y tablas detalladas ocultas como «XXX». Al realizar el pedido, se finalizan y verifican todas las cifras para su ejemplar, y el informe completo se entrega en un plazo de 24–72 horas.

Indicador	Valor
Tamaño del mercado (2025)	mil 1.5 m
Previsión (2031)	mil 2.2 m
CAGR (2021–2031)	6.3%
Periodo de estudio	2021–2031
Región de mayor tamaño	Europa · 42%
Región de mayor crecimiento	Asia-Pacífico · 9%
Concentración del mercado	Moderada
Licencia	Individual / Empresa

El gasto mundial en vinagre balsámico se sitúa en USD XXX mil millones en 2025 y se prevé que alcance USD XXX mil millones en 2031, con un crecimiento anual compuesto del XX%. Europa concentra el XX% de la demanda, mientras que Asia-Pacífico avanza al mayor ritmo, un XX%. Las referencias de origen protegido sostienen buena parte del negocio: Aceto Balsamico di Modena PGI reúne el XX% del valor del mercado. El informe analiza cómo la procedencia, los costes y márgenes de distribución, los envases y la incorporación del producto a la cocina abren oportunidades en el consumo doméstico, la restauración y la industria alimentaria.

© shev.io — Todos los derechos reservados.

Índice

1 Introducción

1.1 Definición del mercado, productos incluidos y cobertura geográfica

2 Metodología de investigación

2.1 Información secundaria y jerarquía de fuentes

2.2 Estimación del mercado, valoración de operaciones y conciliación

2.3 Elaboración de las previsiones y análisis de escenarios

2.4 Investigación primaria prevista y controles de validación

3 Resumen ejecutivo

3.1 Cifras principales y conclusiones comerciales

4 Factores que condicionan el mercado del vinagre balsámico

4.1 Motores de crecimiento y efectos orientativos sobre la previsión

4.2 Frenos y riesgos comerciales

4.3 Cinco fuerzas de Porter

4.4 Cadena de valor, costes de insumos y márgenes de distribución

5 Dimensión y previsión del mercado mundial del vinagre balsámico

5.1 Evolución histórica del valor, el volumen y los precios efectivos

5.2 Previsión anual y conciliación con el total mundial

6 Dimensión y previsión por denominación del producto

6.1 Aceto Balsamico di Modena PGI

6.2 Vinagre balsámico tradicional con DOP

6.3 Otros vinagres balsámicos oscuros

7 Dimensión y previsión por tipo de envase

7.1 Botellas de vidrio

7.2 Botellas de plástico

7.3 Granel y otros envases

8 Dimensión y previsión por canal de venta

8.1 Supermercados e hipermercados

8.2 Comercio especializado e independiente

8.3 Distribución para restauración y mayoristas

8.4 Comercio electrónico

8.5 Venta directa entre empresas

9 Dimensión y previsión por uso final

9.1 Hogares

9.2 Restauración

9.3 Fabricación industrial de alimentos

© shev.io — Todos los derechos reservados.

10 Previsiones del vinagre balsámico por región y país

10.1 Europa

10.1.1 Italia

10.1.2 Alemania

10.1.3 Francia

10.1.4 Reino Unido

10.1.5 Resto de Europa

10.2 Norteamérica

10.2.1 Estados Unidos

10.2.2 Canadá

10.2.3 México

10.3 Asia-Pacífico

10.3.1 China

10.3.2 Japón

10.3.3 Australia

10.3.4 Resto de Asia-Pacífico

10.4 Latinoamérica

10.4.1 Brasil

10.4.2 Resto de Latinoamérica

10.5 Oriente Medio y África

10.5.1 Emiratos Árabes Unidos

10.5.2 Resto de Oriente Medio y África

11 Competencia y perfiles empresariales

11.1 Cuotas de proveedores consolidadas por propietario y posicionamiento competitivo

11.2 De Nigris

11.3 Ponti

11.4 Giuseppe Giusti

11.5 Carandini

11.6 Monari Federzoni

11.7 Ortalli

11.8 Acetaia Leonardi

11.9 Acetaia Malpighi

11.10 Mengazzoli

12 Marco normativo y cronología de novedades del sector

13 Escenarios de previsión, oportunidades comerciales y prioridades estratégicas

© shev.io — Todos los derechos reservados.

Lista de tablas

Tabla 1. Cifras principales: periodo histórico, año base, año de previsión, valor y crecimiento

Tabla 2. Criterios de inclusión y exclusión de productos, valoración de operaciones y asignación geográfica

Tabla 3. Plan de investigación: registro de pruebas, jerarquía de fuentes, controles de validación e investigación primaria prevista

Tabla 4. Impulsores del crecimiento: mecanismo, compradores afectados, región, horizonte y sensibilidad de la tasa anual compuesta

Tabla 5. Frenos del crecimiento: mecanismo de transmisión, exposición, horizonte y sensibilidad de la tasa anual compuesta

Tabla 6. Cinco fuerzas de Porter: poder de proveedores y compradores, nuevos entrantes, sustitutos y rivalidad

Tabla 7. Cadena de valor del vinagre balsámico: materias primas de uva, transformación, maduración y costes y márgenes de envasado y distribución

Tabla 8. Dimensión anual del mercado mundial: millones de USD, millones de litros, USD por litro y variación interanual, 2021–2031

Tabla 9. Valor y volumen anuales por denominación del producto, 2021–2031

Tabla 10. Valor y volumen anuales por formato de envase, 2021–2031

Tabla 11. Valor y volumen anuales por canal de venta, 2021–2031

Tabla 12. Valor y volumen anuales por uso final, 2021–2031

Tabla 13. Valor y volumen anuales por región, 2021–2031

Tabla 14. Comparación por denominación: valor, volumen, cuotas, precio efectivo y crecimiento de la IGP, el balsámico tradicional con DOP y los demás balsámicos

Tabla 15. Comparación de envases: valor, volumen, cuotas, costes de envasado y crecimiento del vidrio, el plástico y el granel

Tabla 16. Comparación de canales: valor, volumen, cuotas, exigencias de compra y costes y márgenes de distribución

Tabla 17. Comparación de usos finales: valor, volumen, cuotas, criterios de compra y demanda por aplicación

Tabla 18. Europa por países: Italia, Alemania, Francia, Reino Unido y resto de Europa; valor y volumen anuales, 2021–2031

Tabla 19. Norteamérica por países: Estados Unidos, Canadá y México; valor y volumen anuales, 2021–2031

Tabla 20. Asia-Pacífico por países: China, Japón, Australia y resto de Asia-Pacífico; valor y volumen anuales, 2021–2031

Tabla 21. Latinoamérica por países: Brasil y resto de Latinoamérica, sin México; valor y volumen anuales, 2021–2031

Tabla 22. Oriente Medio y África por países: Emiratos Árabes Unidos y resto de Oriente Medio y África; valor y volumen anuales, 2021–2031

© shev.io — Todos los derechos reservados.

Tabla 23. Comparativa competitiva: cuotas consolidadas por propietario, ingresos incluidos, marcas, canales y alcance de la información disponible
Tabla 24. Perfil de De Nigris: cartera, indicadores operativos, distribución, novedades y estrategia
Tabla 25. Perfil de Ponti: cartera, indicadores operativos, distribución, novedades y estrategia
Tabla 26. Perfil de Giuseppe Giusti: cartera, indicadores operativos, distribución, novedades y estrategia
Tabla 27. Perfil de Carandini: cartera, indicadores operativos, distribución, novedades y estrategia
Tabla 28. Perfil de Monari Federzoni: cartera, indicadores operativos, distribución, novedades y estrategia
Tabla 29. Perfil de Ortalli: cartera, indicadores operativos, distribución, novedades y estrategia
Tabla 30. Perfil de Acetaia Leonardi: cartera, indicadores operativos, distribución, novedades y estrategia
Tabla 31. Perfil de Acetaia Malpighi: cartera, indicadores operativos, distribución, novedades y estrategia
Tabla 32. Perfil de Mengazzoli: cartera, indicadores operativos, distribución, novedades y estrategia
Tabla 33. Origen protegido y etiquetado: autoridad, norma, productos afectados y consecuencias comerciales
Tabla 34. Calendario de cumplimiento para envases y contacto alimentario: obligaciones, aplicación y documentación acreditativa
Tabla 35. Registro cronológico de novedades normativas y empresariales con referencias a fuentes primarias
Tabla 36. Supuestos de los escenarios: consumo, precio efectivo, composición de las ventas y desarrollo de canales
Tabla 37. Matriz de oportunidades: región objetivo, propuesta de producto, vía de comercialización, capacidades y prioridades comerciales
Tabla 38. Análisis de sensibilidad: coste de materias primas de uva, envases, márgenes de distribución y adopción en los hogares
Tabla 39. Market value by year, USD bn
Tabla 40. Year-over-year value change
Tabla 41. Drivers — impact on forecast
Tabla 42. Restraints — impact on forecast
Tabla 43. Value by por denominación del producto, USD bn
Tabla 44. Value by por tipo de envase, USD bn
Tabla 45. Value by por canal de venta, USD bn
Tabla 46. Value by por uso final, USD bn
Tabla 47. Value by por región, USD bn
Tabla 48. Market value by region, USD bn
Tabla 49. Market value by leading country, USD bn
Tabla 50. Leading companies

© shev.io — Todos los derechos reservados.

Lista de figuras

Figura 1. Evolución del valor mundial del mercado del vinagre balsámico, 2021–2031

Figura 2. Crecimiento anual compuesto del vinagre balsámico por región, 2025–2031

Figura 3. Efecto orientativo de los motores de demanda sobre el crecimiento del vinagre balsámico

Figura 4. Efecto orientativo de los frenos sobre el crecimiento del mercado del vinagre balsámico

Figura 5. Previsión mundial del volumen de vinagre balsámico terminado, 2021–2031

Figura 6. Crecimiento del gasto mundial en vinagre balsámico: aportación del volumen y de los precios y la composición de las ventas

Figura 7. Cuotas en valor del vinagre balsámico por denominación del producto, 2025

Figura 8. Cuotas en valor del vinagre balsámico por formato de envase, 2025

Figura 9. Cuotas en valor del vinagre balsámico por canal de venta, 2025

Figura 10. Cuotas en valor del vinagre balsámico por uso final, 2025

Figura 11. Reparto regional del valor mundial del vinagre balsámico, 2025

Figura 12. Aumento del gasto en vinagre balsámico por país, 2025–2031

Figura 13. Cuotas mundiales de ingresos de los proveedores de vinagre balsámico por grupo propietario, 2025

Figura 14. Alcance de la distribución de los competidores según su cobertura geográfica declarada

Figura 15. Valor del mercado en el año base según la protección de la denominación

Figura 16. Peso de cada formato de envase en el valor del mercado

Figura 17. Valor mundial del mercado del vinagre balsámico en los escenarios central, favorable y desfavorable

Figura 18. Aportación de cada región al aumento del valor del mercado, 2025–2031

Figura 19. Value share by por denominación del producto, 2025

Figura 20. Value share by por canal de venta, 2025

Figura 21. Growth rate by region, 2025-2031

© shev.io — Todos los derechos reservados.

Executive summary

El gasto mundial en vinagre balsámico se sitúa en USD XXX mil millones en 2025 y se prevé que alcance USD XXX mil millones en 2031, con un crecimiento anual compuesto del XX%. Europa concentra el XX% de la demanda, mientras que Asia-Pacífico avanza al mayor ritmo, un XX%. Las referencias de origen protegido sostienen buena parte del negocio: Aceto Balsamico di Modena PGI reúne el XX% del valor del mercado. El informe analiza cómo la procedencia, los costes y márgenes de distribución, los envases y la incorporación del producto a la cocina abren oportunidades en el consumo doméstico, la restauración y la industria alimentaria.

Indicador	Valor
Market size 2025	XXX
Forecast 2031	XXX
CAGR	XXX
Largest region	XXX
Fastest region	XXX

Key findings

- El gasto mundial en vinagre balsámico asciende a USD XXX mil millones en 2025 y llegará a USD XXX mil millones en 2031.
- Entre 2025 y 2031, el valor del mercado aumenta a una tasa anual compuesta del XX%.
- Europa concentra el XX% de la demanda del año base y Norteamérica ocupa el segundo lugar, con el XX%.
- Asia-Pacífico reúne el XX% de la demanda del año base y registra un crecimiento anual del XX% hasta 2031.
- Aceto Balsamico di Modena PGI aporta el XX% del valor del mercado; los balsámicos tradicionales con DOP representan el XX%.
- El XX% del gasto corresponde a botellas de vidrio, un formato clave en la venta minorista de marca, los regalos y las gamas que destacan su procedencia.
- El consumo doméstico supone el XX% de la demanda; la restauración, el XX%; y la fabricación industrial de alimentos, el XX%.
- Los supermercados e hipermercados canalizan el XX% de las ventas y el comercio electrónico, el XX%.

© shev.io — Todos los derechos reservados.

Market size and forecast

Market value by year, USD bn

Indicator	2026	2027	2028	2029	2030	2031	CAGR
Market value, USD bn	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
Market volume	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
Production	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
Imports	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
Exports	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
Apparent consumption	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX

Fuente: XXX

Year-over-year value change

Indicator	2027	2028	2029	2030	2031	CAGR
Market value	X%	X%	X%	X%	X%	X%
Production	X%	X%	X%	X%	X%	X%
Imports	X%	X%	X%	X%	X%	X%
Exports	X%	X%	X%	X%	X%	X%

Fuente: XXX

© shev.io — Todos los derechos reservados.

Tendencias y motores de crecimiento del mercado mundial del vinagre balsámico

El vinagre balsámico puede comprarse como un ingrediente habitual de despensa o como una especialidad regional de alto valor. Esa doble condición permite una amplia escala de precios y obliga a delimitar bien la categoría. Los vinagres de origen protegido, los balsámicos sin protección y los glaseados próximos a ellos compiten por la atención del comprador, aunque responden a especificaciones y estructuras de costes y márgenes diferentes.

El crecimiento de la demanda exige vincular la procedencia con la utilidad en la cocina. El comprador debe comprender qué justifica el precio y en cuántas ocasiones puede usar el producto. Comercios, cocineros y vendedores digitales ayudan a establecer esa relación mediante el surtido, las recetas y las recomendaciones de uso. Por ello, la forma de llegar al consumidor resulta decisiva para desarrollar la categoría.

Las materias primas de uva, los envases y las existencias necesarias determinan buena parte de los costes. Los proveedores deben asegurar calidad y disponibilidad mientras afrontan cosechas variables, gastos de transporte y capital inmovilizado en gamas superiores. La previsión analiza por separado consumo, precio y composición de las ventas antes de conciliar su efecto conjunto.

Growth drivers

El origen protegido favorece las gamas de mayor valor

El aspecto del vinagre aporta pocas pistas sobre sus exigencias de elaboración. En ese contexto, las IGP y las DOP ofrecen un criterio reconocido para distinguir productos. Explicar la procedencia, los ingredientes y el uso recomendado permite a las marcas ofrecer distintos escalones de precio y afianzarse en el comercio especializado. Los productores mejor situados son los que pueden acreditar su origen y atender tanto el consumo diario como las ocasiones de mayor valor.

La difusión de la cocina mediterránea amplía la demanda potencial

La incorporación de ensaladas, verduras asadas, marinados y platos mediterráneos a la cocina doméstica multiplica las ocasiones de uso del balsámico. En los países donde su consumo aún no está arraigado, las recetas y demostraciones ayudan a aprender cuánto añadir y con qué sabores combinarlo. Así, el producto llega a más hogares y se compra de nuevo para usos que van más allá de recibir invitados.

La restauración familiariza al consumidor con el balsámico

Restaurantes, hoteles y empresas de restauración colectiva dan a conocer su sabor en platos que después pueden prepararse en casa. Sus compradores buscan un perfil gustativo fiable, especificaciones estables y envases adaptados al trabajo de cocina. Cuando el asesoramiento culinario se acompaña de disponibilidad en los distribuidores, la presencia en las cartas puede traducirse en pedidos recurrentes.

© shev.io — Todos los derechos reservados.

La venta por internet facilita el acceso a las gamas superiores

Las fichas de venta en línea permiten explicar las figuras de protección, los métodos de elaboración y los usos culinarios con una amplitud difícil de conseguir en el lineal. Además, los comercios especializados y las tiendas de los propios productores pueden ofrecer más referencias que un establecimiento de alimentación convencional. Esa información favorece la compra cuando se acompaña de tamaños de envase claros, un origen acreditado y gastos de envío razonables.

Un surtido más completo acerca el producto a nuevos compradores

La marca de distribuidor de precio accesible permite a los supermercados atraer a quienes aún no compran balsámico, junto a alternativas de marca de gama superior. Un surtido bien organizado facilita alternar entre compras cotidianas y compras para ocasiones especiales dentro de la misma categoría. Estos programas de aprovisionamiento favorecen a los fabricantes con capacidad flexible de embotellado, especificaciones fiables y relaciones consolidadas con las cadenas.

Un producto adecuado para cada uso favorece la recompra

Tanto los hogares como las cocinas profesionales repiten la compra con mayor regularidad cuando obtienen resultados previsibles en aliños, marinados y acabados de platos. Un perfil sensorial bien definido y una calidad estable entre lotes reducen la incertidumbre. La mejora de la formulación del vinagre, la funcionalidad del envase y las instrucciones de uso impulsa la demanda de los productos incluidos en este estudio.

Restraints

La volatilidad de las materias primas de uva reduce los márgenes

La disponibilidad y el coste de los ingredientes derivados de la uva dependen de la cosecha y de la demanda competidora del sector vinícola. Los fabricantes pueden afrontar encarecimientos antes de que sus contratos con el comercio minorista permitan revisar precios. La presión sobre el margen y el capital circulante es mayor para los pequeños productores y para quienes dependen de pocas fuentes de suministro.

La confusión entre productos dificulta la compra de gamas superiores

En los establecimientos coinciden vinagres con IGP, balsámicos tradicionales con DOP, referencias sin protección y glaseados. La semejanza de sus presentaciones puede ocultar diferencias de identidad y de uso. Si el comprador no comprende esas diferencias, el precio del lineal y las promociones pesan más en su decisión.

El coste de los envases y de las existencias frena la expansión

El vidrio refuerza la presentación de las gamas superiores, pero aumenta el peso transportado, el riesgo de rotura y la necesidad de protección. A ello se suma el capital inmovilizado en los productos que maduran durante periodos prolongados antes de venderse. La combinación resta atractivo a la expansión

© shev.io — Todos los derechos reservados.

internacional y a los pedidos pequeños, salvo que se alcancen precios suficientes o una red de distribución con bastante concentración de ventas.

Las alternativas de uso cotidiano limitan las subidas de precio

En numerosas preparaciones habituales, hogares y profesionales pueden recurrir a otros vinagres, cítricos o aliños preparados. Esa posibilidad limita el margen para encarecer las referencias que no se distinguen por su sabor o procedencia. La demanda resulta especialmente vulnerable donde el balsámico sigue siendo un producto importado de compra ocasional.

© shev.io — Todos los derechos reservados.

Efecto de los impulsores y los frenos sobre el crecimiento del mercado

Drivers — impact on forecast

Driver	Impact on CAGR	Geography	Horizon
El origen protegido favorece las gamas de mayor valor	XXX	XXX	XXX
La difusión de la cocina mediterránea amplía la demanda potencial	XXX	XXX	XXX
La restauración familiariza al consumidor con el balsámico	XXX	XXX	XXX
La venta por internet facilita el acceso a las gamas superiores	XXX	XXX	XXX
Un surtido más completo acerca el producto a nuevos compradores	XXX	XXX	XXX
Un producto adecuado para cada uso favorece la recompra	XXX	XXX	XXX

Fuente: XXX

Restraints — impact on forecast

Restraint	Impact on CAGR	Geography	Horizon
La volatilidad de las materias primas de uva reduce los márgenes	XXX	XXX	XXX
La confusión entre productos dificulta la compra de gamas superiores	XXX	XXX	XXX
El coste de los envases y de las existencias frena la expansión	XXX	XXX	XXX
Las alternativas de uso cotidiano limitan las subidas de precio	XXX	XXX	XXX

Fuente: XXX

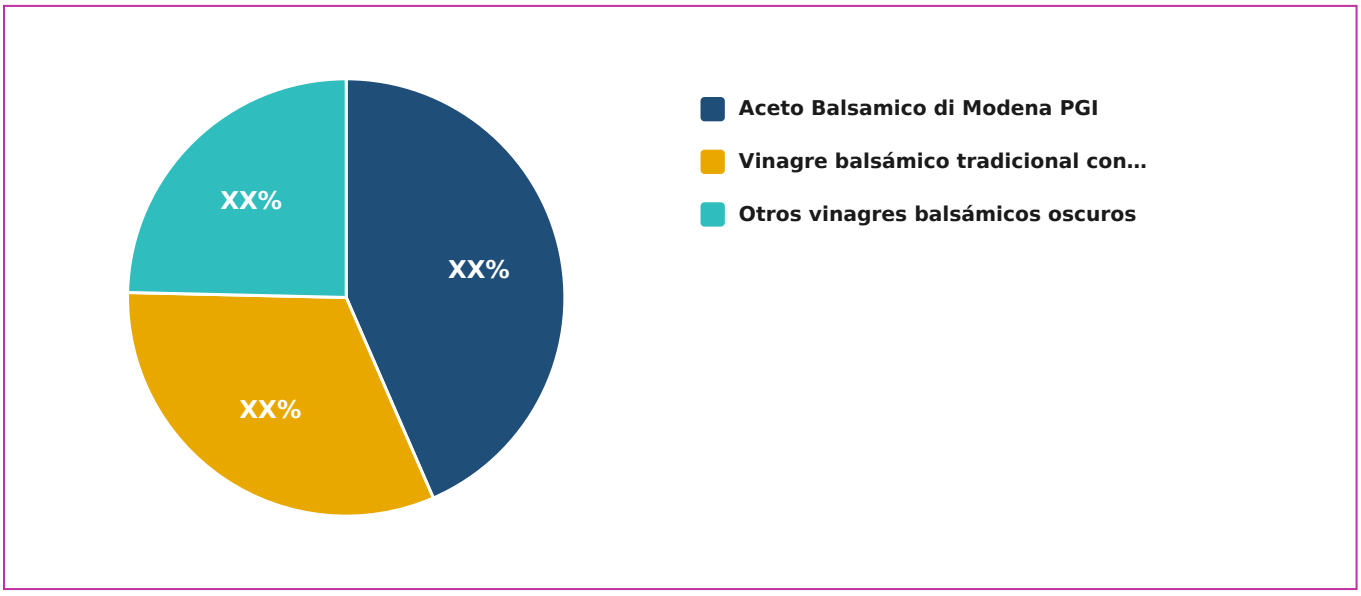
© shev.io — Todos los derechos reservados.

Distribución del mercado por denominación, envase, canal de venta y uso final

Por denominación del producto

La IGP lidera la categoría porque combina un origen geográfico reconocido con presencia tanto en la distribución generalista como en la especializada. Los balsámicos tradicionales con DOP ocupan un nicho pequeño, pero de alto valor, mientras que los demás balsámicos oscuros atienden la demanda orientada al precio o a diferencias locales. La ampliación de los surtidos de origen protegido por importadores y minoristas convierte a la IGP en el principal motor del crecimiento en valor absoluto.

Value share by por denominación del producto, 2025



Fuente: XXX

Value by por denominación del producto, USD bn

Segment	2026	2027	2028	2029	2030	2031	Share 2025	CAGR
Aceto Balsamico di Modena PGI	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
Vinagre balsámico tradicional con DOP	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
Otros vinagres balsámicos oscuros	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX

Fuente: XXX

Por tipo de envase

El vidrio domina por su asociación con alimentos de gama alta y por su uso extendido en referencias de marca y regalos. Las botellas de plástico reducen el peso de la distribución y responden a determinadas necesidades profesionales; los formatos a granel atienden a la industria y a compradores de gran consumo.

© shev.io — Todos los derechos reservados.

Al elegir envases, cada vez pesa más el equilibrio entre presentación, costes de manipulación y obligaciones normativas.

Value by por tipo de envase, USD bn

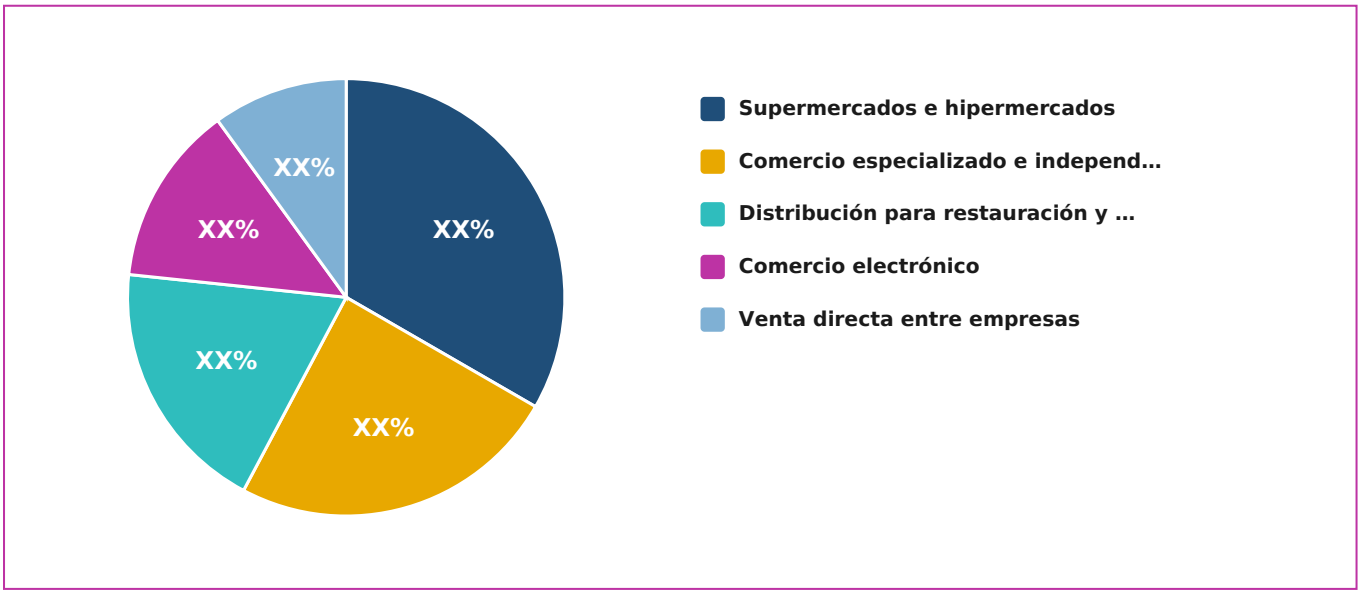
Segment	2026	2027	2028	2029	2030	2031	Share 2025	CAGR
Botellas de vidrio	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
Botellas de plástico	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
Granel y otros envases	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX

Fuente: XXX

Por canal de venta

La amplia llegada a los hogares, la marca de distribuidor y las compras habituales de alimentación explican el liderazgo de supermercados e hipermercados. Las tiendas especializadas e independientes facilitan el descubrimiento de gamas superiores; los mayoristas y distribuidores de restauración conectan a los proveedores con la clientela profesional. Internet ofrece la mejor oportunidad de impulsar compras de mayor valor mediante información sobre el producto, aunque su rentabilidad depende del envío y del coste de captar clientes. Toda operación en línea se asigna al comercio electrónico, con independencia del tipo de establecimiento físico del vendedor.

Value share by por canal de venta, 2025



Fuente: XXX

© shev.io — Todos los derechos reservados.

Value by por canal de venta, USD bn

Segment	2026	2027	2028	2029	2030	2031	Share 2025	CAGR
Supermercados e hipermercados	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
Comercio especializado e independiente	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
Distribución para restauración y mayoristas	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
Comercio electrónico	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
Venta directa entre empresas	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX

Fuente: XXX

Por uso final

El consumo doméstico ocupa el primer lugar por la compra de vinagre para usos recurrentes en ensaladas, cocina y acabados de platos. La restauración genera una demanda profesional regular y constituye una vía importante para que nuevos consumidores conozcan su sabor. La industria lo incorpora a aliños, marinados y alimentos preparados; en este caso se contabiliza exclusivamente el valor del vinagre adquirido.

Value by por uso final, USD bn

Segment	2026	2027	2028	2029	2030	2031	Share 2025	CAGR
Hogares	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
Restauración	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
Fabricación industrial de alimentos	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX

Fuente: XXX

Por región

Europa combina una tradición culinaria consolidada con la cercanía a la principal zona de producción de origen protegido. Norteamérica aporta una demanda importante de producto importado en alimentación y restauración. Asia-Pacífico crece más deprisa a medida que mejoran el conocimiento culinario y la distribución. Latinoamérica y Oriente Medio y África ofrecen oportunidades concretas en el comercio de gama alta y la hostelería.

© shev.io — Todos los derechos reservados.

Value by por región, USD bn

Segment	2026	2027	2028	2029	2030	2031	Share 2025	CAGR
Europa	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
Norteamérica	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
Asia-Pacífico	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
Latinoamérica	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
Oriente Medio y África	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX

Fuente: XXX

© shev.io — Todos los derechos reservados.

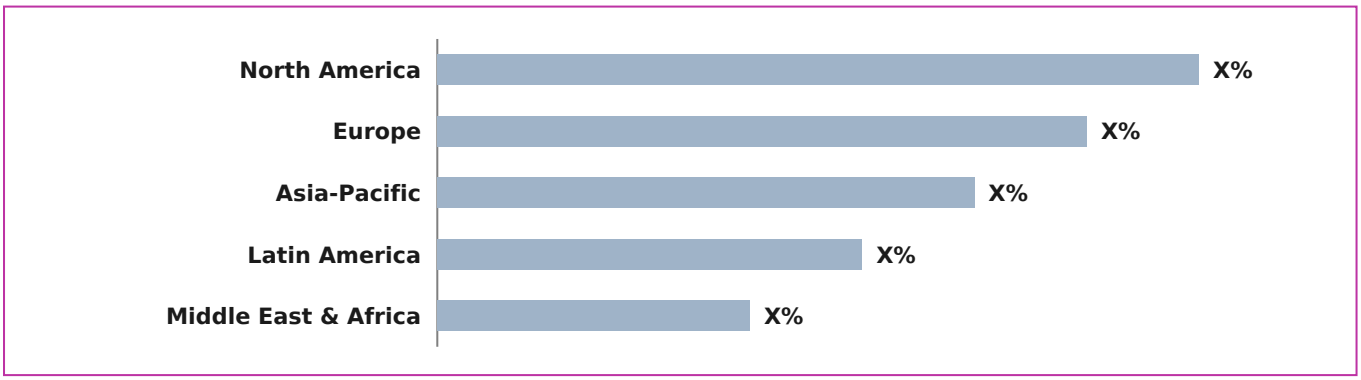
Situación regional y perspectivas por país del vinagre balsámico

Europa reúne el XX% del valor del mercado y conserva el mayor acervo de conocimiento productivo, oferta de origen protegido y tradición culinaria en torno al balsámico. Italia combina el consumo interno con la infraestructura de fabricación y exportación que abastece a otros países. Alemania, Francia y Reino Unido permiten ganar escala por vías diferentes: la distribución alimentaria, el comercio especializado y los proveedores de restauración. El crecimiento regional del XX% corresponde a una categoría consolidada, donde la composición de las ventas, el posicionamiento de marca y la frecuencia de compra pesan más que la incorporación de nuevos consumidores.

Norteamérica aporta el XX% de la demanda y crece un XX% anual. Estados Unidos ofrece recorrido en supermercados, tiendas especializadas y distribución a restaurantes; Canadá sostiene una oferta importada de gama superior, y México suma demanda vinculada a la hostelería. Para convertir ese potencial en ventas se necesita cobertura de distribución, un buen rendimiento por espacio de lineal y una distinción clara entre el balsámico cotidiano y las referencias para regalo o acabado de platos. Los costes de importación y las exigencias promocionales de los minoristas condicionan el margen obtenido.

Asia-Pacífico representa el XX% del gasto del año base y encabeza el crecimiento, con un XX%. China y Japón requieren enfoques distintos: en China son decisivas la introducción del producto en la cocina y la capacidad comercial del importador; en Japón destacan la uniformidad, la presentación y la selección del surtido. Australia cuenta ya con una base consolidada de comercio minorista y restauración. Latinoamérica y Oriente Medio y África aportan el XX% y el XX%, respectivamente. Brasil y Emiratos Árabes Unidos sobresalen como mercados de referencia para los alimentos importados de gama superior y la distribución a la hostelería.

Growth rate by region, 2025-2031



Fuente: XXX

© shev.io — Todos los derechos reservados.

Market value by region, USD bn

Region	2026	2027	2028	2029	2030	2031	Share 2025	CAGR
North America	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
Europe	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
Asia-Pacific	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
Latin America	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
Middle East & Africa	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX

Fuente: XXX

Market value by leading country, USD bn

Country	2025	2031	Share 2025	CAGR
United States	XXX	XXX	XXX	XXX
Germany	XXX	XXX	XXX	XXX
United Kingdom	XXX	XXX	XXX	XXX
Belgium	XXX	XXX	XXX	XXX
Netherlands	XXX	XXX	XXX	XXX
Japan	XXX	XXX	XXX	XXX
China	XXX	XXX	XXX	XXX
Mexico	XXX	XXX	XXX	XXX

Fuente: XXX

© shev.io — Todos los derechos reservados.

Competencia y cuotas empresariales en el mercado del vinagre balsámico

El mercado presenta una concentración moderada: conviven fabricantes con distribución internacional, productores italianos especializados y marcas de distribuidor. Acetum, De Nigris y Ponti compiten en el negocio de mayor escala, mientras que Giuseppe Giusti, Acetaia Leonardi y Acetaia Malpighi ejemplifican una oferta de gama alta apoyada en la procedencia. Para comparar empresas hay que separar la facturación del vinagre balsámico de la correspondiente a otros vinagres, salsas y condimentos. El cálculo de cuotas también exige consolidar matrices y filiales y atribuir correctamente la fabricación para marcas de distribuidor.

La competencia responde a dos grandes modelos: volumen y eficiencia de aprovisionamiento, o diferenciación por origen, cualidades sensoriales y reputación. Los proveedores de mayor tamaño destacan por sus compras, flexibilidad de embotellado, capacidad exportadora y servicio a las cadenas. Los especialistas dependen más de comunicar la historia de la marca, explicar el producto y elegir sus puntos de venta. El vidrio sigue siendo importante en el comercio minorista de gama alta; los profesionales de la restauración conceden más peso a la uniformidad, la facilidad de manejo y el coste por uso.

El análisis de adquisiciones y capacidad estudia cómo los cambios de propiedad, los medios de embotellado y las instalaciones de maduración influyen en el acceso al mercado y la solidez del suministro. Solo se recogen operaciones e inversiones respaldadas por comunicaciones empresariales o documentación regulatoria. Cada vez resulta más importante atender al comercio minorista, la restauración y la venta digital sin desdibujar los niveles de precio de las gamas superiores.

Leading companies

Company	HQ	Est. revenue 2025	Market share 2025	YoY
De Nigris	XXX	XXX	XXX	XXX
Ponti	XXX	XXX	XXX	XXX
Giuseppe Giusti	XXX	XXX	XXX	XXX
Carandini	XXX	XXX	XXX	XXX
Monari Federzoni	XXX	XXX	XXX	XXX
Ortalli	XXX	XXX	XXX	XXX
Acetaia Leonardi	XXX	XXX	XXX	XXX
Acetaia Malpighi	XXX	XXX	XXX	XXX
Mengazzoli	XXX	XXX	XXX	XXX

Fuente: XXX

© shev.io — Todos los derechos reservados.

Previsiones y oportunidades comerciales para el vinagre balsámico

La previsión sitúa el mercado en USD XXX mil millones en 2031, gracias a la extensión de los usos culinarios y al mayor peso de referencias de valor añadido. El vinagre con IGP seguirá concentrando el negocio, al ofrecer un origen reconocido en una amplia variedad de precios. Los balsámicos tradicionales con DOP conservarán su especialización en regalos, alta gastronomía y acabados de platos de gama alta. Las referencias sin protección competirán por precio, disponibilidad local y adecuación a usos concretos.

El escenario más favorable supone una incorporación más rápida del producto a los hogares de Asia-Pacífico, mejor distribución en restauración y mayor paso de las gamas de entrada a las superiores. El escenario desfavorable combina menor gasto discrecional, encarecimiento de las materias primas de uva y más demora en trasladar los costes a los precios de venta. Por ello, las previsiones regionales separan la evolución del consumo de los cambios de precio y de composición de las ventas, y comprueban expresamente su correspondencia con el total mundial.

Los proveedores con mejores perspectivas combinarán una identidad de producto clara con un control riguroso de costes y márgenes por canal. Las prioridades son informar al comprador, mantener especificaciones fiables, adaptar el envase a la ocasión de compra y establecer relaciones de distribución que generen pedidos recurrentes. La trazabilidad y la preparación normativa refuerzan esa capacidad comercial, especialmente cuando los cambios de envase o las alegaciones ambientales exigen documentación acreditativa.

Opportunities

- Desarrollo del mercado con apoyo de cocineros en China, Japón y otros núcleos urbanos asiáticos con actividad de restauración
- Gamas superiores con IGP situadas entre el vinagre de uso diario y los balsámicos tradicionales con DOP
- Oferta especializada para regalo y selecciones gastronómicas cuidadosamente escogidas
- Envases para restauración que faciliten la dosificación y reduzcan los costes de manipulación
- Acuerdos de suministro industrial con fabricantes de aliños, marinados y platos preparados
- Información digital sobre el producto respaldada por datos verificables de procedencia y lote
- Rediseño de envases para consumir menos material sin perder protección

> This preview shows the form and depth of the report. The full report contains every figure, segment- and country-level detail and full company profiles. On purchase all figures are finalised and verified, and the report is delivered within 24–72 hours.

© shev.io — Todos los derechos reservados.