

EL MERCADO DEL VINO EN LA UNIÓN EUROPEA

Fuente: CBI (<http://www.cbi.eu>)
Traducción libre del original



Octubre 2009

Sumario

Este estudio de mercado del CBI analiza los siguientes aspectos más destacados para el mercado de la Unión Europea (UE) para el vino.

La UE es el principal mercado de importación para el vino en el mundo y el consumo europeo cubre casi el 70% del consumo mundial.

Consumo de vino en la UE: estable e incrementándose

El consumo de vino en la UE15 es bastante estable y se estima en alrededor de 126 millones de hectolitros en el año 2008. Mientras el consumo de vino en los países tradicionales se está estabilizando o incluso disminuyendo, el consumo de los nuevos países consumidores de vino está incrementándose.

El 60% de la producción mundial de vino es hecha en la UE

En el año 2008, la producción de vino en la UE se estimó cerca de 162 millones de hectolitros. Los mayores productores en la UE son Italia, Francia y España (cubriendo juntos casi el 80% del total de la producción de la UE), seguido en distancia por Alemania. La UE representa alrededor del 60% del total de la producción mundial.

Sepa sobre el desarrollo del comercio del vino en la UE

La UE es el principal mercado importador de vino en el mundo. Entre los años 2004 y 2008, el total de las importaciones de la UE crecieron en valor un 3,8% por año, hasta alcanzar €10,9 mil millones en el año 2008. Con respecto a los vinos populares, las importaciones alcanzaron un valor de €5,1 mil millones. El Reino Unido es el principal importador, seguido por Alemania. Otros países de la UE están muy por debajo de estos dos líderes.

El papel de los países en desarrollo está creciendo en la UE y en el año 2008 representaron el 22% de importaciones de vino popular. Durante el periodo 2004-2008, el valor de las importaciones de la UE desde los países en desarrollo creció en un 7,8% anualmente.

En el año 2008, las exportaciones de vino de la UE obtuvieron por un valor de €4,5 mil millones. Los exportadores más importantes de la UE son Italia, España y Francia, seguidos por Alemania y Portugal. Estos países juntos cubren el 89% de las exportaciones de la UE.

Entérese de los principales canales comerciales y oportunidades del vino

En general, los canales de comercialización más importantes para los exportadores de países en desarrollo son tiendas especializadas, pequeñas y medianas empresas importadoras. Para grandes exportadores, los supermercados también pondrían ser un canal comercial viable.

Hay interés y oportunidades para los vinos de origen inusual y variedades autóctonas. Sin embargo, en el mercado de la UE que aún se puede tomar tiempo para realizar buenos vinos pueden ingresar desde países en desarrollo.

Este estudio tiene como objetivo proporcionar a los exportadores de vino de países en desarrollo información del sector específico del mercado relacionado a obtener accesos de mercado en la UE. Este estudio primero describe el mercado de la UE en general y luego se enfoca sobre los mercados británicos, alemanes, daneses y polacos para el vino con información específica para el país en profundidad.

Descripción del mercado: Consumo y producción

Consumo

El consumo global de vino fue de 243 millones de hectolitros en el año 2008. El consumo de la UE15 se estimó a 126 millones de hectolitros, el cual es el 52% del mercado mundial. En promedio un ciudadano de la UE bebió alrededor de 30 litros de vino en el año 2008, pero los niveles de consumo varían enormemente de un país a otro. El consumo anual en diferentes países varía entre 1 a 50 litros per-capita. También, las preferencias varían enormemente entre los países, por lo que es difícil dar una visión general de las preferencias de los consumidores en la UE como un mayorista.

Los principales consumidores en la UE son Francia, seguido por Italia y Alemania. Mientras que el consumo en más países tradicionales consumidores de vino ha permanecido estable o con un ligero descenso, el consumo de nuevos vinos en países consumidores como los países nórdicos y en Reino Unido un mayor crecimiento. Aunque el consumo total de vino en la UE15 descendió ligeramente entre los años 2008 y 2009, este espera recobrase de la recesión económica. De acuerdo a la mayoría de las previsiones optimistas, se espera que el consumo logre crecimiento de nuevo para el año 2010.



Influencia de la crisis económica

La recesión económica mundial está causando un ligero descenso en el consumo de vino en la UE. Este impacto puede ser visto por los mayores hoteles, restaurantes y otros servicios de comida. El consumo de vino, por ejemplo en hoteles y restaurantes ha disminuido radicalmente ya que las personas están gastando menos dinero para el consumo fuera del hogar. El sector al por menor, en contraste, no ha sufrido dramáticamente y las personas continúan bebiendo vino en sus hogares. En general, se asume que los consumidores podrían optar por vinos más baratos que reduzcan su consumo. Sin embargo, algunos expertos industriales indican una diferente experiencia: ellos dicen que en este difícil periodo financiero los consumidores están escogiendo sus vinos más conscientemente. El mercado se ha vuelto más racional cuando se trata de gastar dinero en vino. Aunque algunos consumidores están innegablemente ahorrando dinero, hay también más personas que están pagando ahora una atención especial a la autenticidad y la historia del vino y su productor. De acuerdo con varios expertos en la industria del vino, ahora hay más oportunidades para los pequeños y medianos productores de vino de calidad con un único punto de venta después de años de estantes inundados de vinos.

Segmentación del mercado

Con relación al color y tipo de vino, los siguientes segmentos pueden ser identificados:

- **Vino tinto**

El vino tinto es usualmente un vino sereno, el cual contiene entre 8 a 15% de alcohol. El vino tinto es el vino más popular en la UE (aunque hay variaciones entre países, ver la descripción específica del mercado por país). El vino tinto es producido por una o más variedades de uvas. Las populares uvas rojas del mercado de la UE son, por ejemplo, Pinot Noir, Cabernet Sauvignon y Merlot.

- **Vino blanco**

El tranquilo vino blanco, contiene 8-15% de alcohol, es el segundo vino más consumido en la UE. En general, el vino blanco seco y frutal es preferido por la mayoría de los consumidores. Nuevamente, la preferencia del sabor difiere por país. Las principales variedades de uva blanca son, por ejemplo, Chardonnay, Sauvignon Blanc y Riesling.

- **Vino rosa**

Vino calmado, el cual contiene 8 a 15% de alcohol. El vino rosa ha crecido notablemente en popularidad en los últimos años y ya no se considera una bebida exclusivamente de verano. El rosa está hecho solamente de uvas rojas por productores de la UE, mientras los productores de vino fuera de la UE pueden ofrecer una mezcla de vino blanco y tinto. Aunque en marzo del 2009 parecía que este tipo de mezcla también se permitiría a los productores de la UE, los productores tradicionales de la UE de vino rosado se opusieron fuertemente a la intención de cambio en la legislación y la UE se retiró del plan en junio del 2009.

- **Vino espumoso**

El vino espumoso es el vino blanco o rosado, con un contenido de 8,5% de alcohol o más. Puede ser producido a partir de variedades de uva roja o blanca. Ejemplos de variedades de uva para el vino espumoso son Chardonnay, Pinot Noir, Pinot Meunier y Muscat Blanco.

Nota, el champagne también está dentro de la categoría de vinos espumosos, pero es un tipo específico de vino. Solo Francia puede producir champagne verdadero, ya que los vinos deben ser hechos en la región de Champaña. Sin embargo, los consumidores suelen confundir la definición de vino espumoso y champagne.



Producción



Hasta el 65 o 70% del vino mundial es producido en la UE. La producción de vino en la UE es fluctuante y ha habido años de fuerte disminución y pérdida en la participación de la producción. La producción anual en el año 2008 fue de aproximadamente 162 millones de hectolitros, comparado a 164 millones de hectolitros en el año 2007. La producción del año 2008, como la producción del año 2007 y 2002, están entre los niveles más bajos de producción de vino registrados durante los últimos quince años. Los principales productores son Italia, Francia y España, en conjunto representan entre el 75 y 80% de la producción total de la UE. Estos tres países tuvieron una producción anual en volumen de entre 35 y 50 millones de hectolitros en el año 2008, seguidos por Alemania con 10 millones de hectolitros en la misma gestión.

La producción de la UE está tradicionalmente fragmentada dentro de pequeños viñedos, los cuales representan una limitación para la industria. Los viñedos en el nuevo mundo (en este contexto Australia, Argentina, Canadá, Chile, Nueva Zelanda, Sudáfrica y Estados Unidos de América) son en promedio al menos 20 veces más grandes que sus contrapartes europeas y por lo tanto, en parte son capaces de ofrecer sus vinos a precio más bajo.

Debido a que los mayoristas de vino del nuevo mundo están inundado el mercado y los productores de la UE no son capaces de competir a precios tan bajos, los productores de la UE están perdiendo el mercado medio y básico (mercado bajo).

Tendencias

En este capítulo se discutirán las principales tendencias y características que influyen en el mercado del vino.

▪ El mercado del vino sobrevive a la crisis económica

A pesar de la recesión económica mundial, no es muy probable que el consumo de vino en general cambie drásticamente. En el año 2009, los consumidores cambiaron a marcas de menor costo en lugar de reducir el consumo. El comercio minorista no colapsará, ya que la gente todavía encuentra al vino como un recurso de esencial placer en el hogar. Sin embargo, el sector hostelero ha sido duramente golpeado por la crisis y esto naturalmente afectará el consumo de vino en general en los hoteles y restaurantes.

- **Creciente popularidad de supermercados**

Los consumidores están comprando cada vez más vino en los supermercados. En general, es posible comprar vinos de buena calidad con un precio relativamente bajo en los supermercados.

- **Lentamente se incrementa la demanda de vinos con "orígenes inusuales"**

En general, los consumidores vino en la UE están mostrando más interés en los vinos con "orígenes inusuales", por ejemplo, los vinos procedentes de nuevos países productores de vino exótico. Aunque el conocimiento general del potencial de los vinos de países en desarrollo esté aumentando, aún se requerirá de mucho tiempo para que los comerciantes y compradores se den cuenta de que buenos vinos puedan provenir de países en desarrollo. No obstante, los vinos procedentes de países no tradicionales llegarán a ser aceptados en el mercado convencional. Por ejemplo, países en desarrollo como Chile y Sudáfrica, son ahora aceptados como países productores de vino, mientras el Líbano y Uruguay aún no han sido completamente reconocidos como países capaces de producir vino. Es probable que esto mejore en el futuro próximo.

- **Efectos positivos para la salud estimulan el consumo de vino tinto**

Los consumidores son cada vez más conscientes del impacto positivo sobre la salud debido a los antioxidantes en el vino tinto. Por lo tanto, el consumo de vino tinto ha ido en aumento en los últimos años.

- **Creciente demanda de vinos más ligeros**

La conciencia ha estado aumentando en problemas de salud general, un movimiento llamado dieta también ha dejado una demanda creciente de vinos con un contenido más bajo de alcohol. Los expertos industriales dicen que el vino con un contenido de alcohol de entre el 11 a 11,5% está ciertamente aumentando en popularidad. Esto se aplica a todos los tipos de vino.

- **Demanda de comercio justo y el vino orgánico está creciendo**

En la mayoría de los países de la UE, el interés en el comercio justo del vino está aumentando. Las ventas de todos los productos de comercio justo en general están creciendo tanto como un 30% cada año. También volúmenes pequeños de vinos de comercio justo tienen más oportunidades en el mercado de la UE. Los consumidores están cada vez más interesados en los vinos orgánicos y biodinámicas también. Además de la etiqueta de comercio justo, algunos supermercados están también lanzando sus propias marcas privadas de sostenibilidad.

- **Incrementando importancia de alternativas de envases y cierres**

Durante los últimos años, más y más alternativas de empaques y cierres están entrando en el mercado y llegando a ser aceptables. En lugar de un tapón de corcho, tapones de plástico y tapones de rosca son cada vez más comunes, como cierre en las botellas de vino. Adicionalmente, en lugar de botellas de 0,75 litros, botellas de 1 litro y envases de 2 a 5 litros en cajas están también creciendo en importancia.

Oportunidades y amenazas

Las tendencias y el desarrollo de los mercados ofrecen oportunidades y amenazas a los exportadores. Una tendencia dada puede ser una amenaza para algunos y una oportunidad a otros al mismo tiempo. Las siguientes tendencias deben, por tanto, siempre ser analizadas en relación con sus circunstancias específicas. Las principales oportunidades para los exportadores de países en desarrollo son los siguientes:

- El consumo de vino en los países no tradicionales consumidores de vino está aumentando. Dado que estos países generalmente no tienen propia producción de vino, por ello están importando grandes cantidades.
- Debido a la crisis económica, los consumidores están gastando menos dinero en una botella de vino. Por lo tanto, la participación en el consumo de vinos de precio bajo y medio se presume que se incrementa. Como la mayoría de los productores europeos suelen ofrecer los vinos más caros, esto podría ser una oportunidad para todos los productores que ofrecen vinos en estas categorías de precios.
- Los efectos aparentemente positivos en la salud por el vino tinto en general han aumentado su demanda.
- Debido a un creciente interés por los vinos de comercio justo, volúmenes más pequeños están también siendo aceptados en el mercado de la UE. Esto ofrece oportunidades para los pequeños exportadores de vino de países en desarrollo.
- Mientras el consumo de vino es bastante estable en la UE, la producción de la UE se está reduciendo dejando más espacio en el mercado para los vinos originarios de fuera de la UE.



Canales de comercialización para la entrada al mercado

Canales comerciales

Es extremadamente importante elegir el canal comercial correcto cuando se está enfocando al mercado de la UE. Por lo general, los canales comerciales más importantes para los exportadores de países en desarrollo son las tiendas especializadas e importadores de tamaño mediano. Esto se muestra por el grosor de las flechas en la Figura 1.1.

El canal del supermercado es un importante canal comercial para el mercado del vino en la UE en su conjunto, pero no para los exportadores pequeños y medianos de países en desarrollo. Los volúmenes que demandan los supermercados son demasiado altos para ellos. Grandes exportadores, por ejemplo, Sudáfrica y Chile podrían tratar de suministrar los canales del supermercado también.

Debido a la crisis económica, el canal comercial de la hostelería, restaurantes ha sufrido severamente, por ende no es un canal recomendado para los exportadores de países en desarrollo se acerquen en este momento.

Figura 1.1 Canales comerciales del vino en la UE



Fuente: FFF entrevistas y recursos (2007-2009)

Tiendas e importadores medianos especializados

Las mejores opciones de canales comerciales para los exportadores de países en desarrollo son tiendas especializadas y los importadores especializados de tamaño mediano, ya que conocen enteramente los mercados locales y tienen una buena red del mercado objetivo en la UE. Por otra parte, están interesados en la venta de los vinos más exclusivos: tanto en volumen como en su singularidad. A menudo proporcionan ayuda en las actividades de promoción, lo cual es un deber para los exportadores países en desarrollo.

Los representantes de tiendas especializadas e importadores especializados de tamaño mediano pueden ser encontrados en contacto con las asociaciones de vino en diferentes países o visitando ferias ya sea en la UE o en su propia región. Contactos cara a cara son importantes, pero una llamada o e-mail, naturalmente, pueden ser utilizados como una inicial aproximación. Tomar en cuenta que la importancia de diferentes canales de comercialización varía un poco entre los distintos países de la UE. Por favor, referirse a descripciones del mercado de cada país para obtener información detallada sobre los canales comerciales utilizados, la asociación local y ferias comerciales.

Estructura de precios

El mercado de vino de la UE puede dividirse en tres categorías: alta, media y baja. El segmento alto significa el segmento premium, vinos caros de alta calidad, con un precio por encima de €10 por botella. El segmento medio cubre vinos populares de primera calidad que son menos costosos con precios desde alrededor de €4 la botella. El segmento bajo consiste principalmente de vinos a granel y son vendidos a un precio inferior de €4/botella.



Comercio: Importaciones y exportaciones

Importaciones

La UE es el mayor importador de vino del mercado en el mundo. Entre los años 2004 y 2008, el total de las importaciones de la UE aumentaron en valor por 3,8% por año a €10,9 mil millones en el año 2008. El Reino Unido es el principal país importador de la UE, representa el 32% del total de importaciones de la UE, seguido por Alemania 19%. En general, puede decirse que el Norte de Europa depende altamente de las importaciones, mientras el clima frío limita la producción de vino en esta región. Los principales exportadores a la UE son Francia (representando el 36% de todas las importaciones), Italia 17% y España 9,9%. Los países en desarrollo obtienen una participación del 10% en las importaciones totales de la UE. Los principales proveedores de países en desarrollo son Chile (4,7%), Sudáfrica (3,8%) y Argentina (1,2%).



Vinos populares

Entre los años 2004 y 2008, el total de importaciones de la UE de vinos populares aumentaron en valor por 4,1% por año a €5,1 mil millones en el año 2008. El Reino Unido fue el principal país importador de la UE, representando el 38% del total de importaciones de la UE, seguido por Alemania (18% de las importaciones totales). Otros países de la UE quedaron muy por detrás de estos dos países.

En el año 2008, las importaciones dentro de la UE representaron más de la mitad de las importaciones de vino, seguido por el 24% desde fuera de la UE y el 22% desde países en desarrollo. Entre los años 2004 y 2008, los países en desarrollo aumentaron su participación de las importaciones en la UE del 19% al 22%. El valor total de las importaciones de los países en desarrollo aumentó un 7,8% anual entre los años 2004 y 2008. Los principales países suministradores a la UE fueron Italia (16%), Australia (15%), Francia (14%), España (11%) y Chile (10%). Chile fue el proveedor más importante desde países en desarrollo a la UE (10%), seguido por Sudáfrica (8%) y Argentina (3%). Estos tres países proporcionaron la mayor parte (más del 90%) de todas las exportaciones de los países en desarrollo a la UE. Los países en desarrollo que incrementaron su valor de exportación más rápido a la UE fueron Brasil (crecimiento promedio del 75% por año), Georgia (38%), Moldavia (36%), Uruguay (20%), Argentina (18%) y Chile (11%).

Entre los años 2004 y 2008, el valor importado desde los países en desarrollo creció en todos los grupos individuales de productos. Los aumentos en los valores de importación fueron los más grandes en los grupos de vinos tintos y rosados, como en vino blanco (8,2% y 6,4% respectivamente). La participación de países en desarrollo es mayor en el grupo de productos de vinos tintos y rosados (28% en el año 2008), seguido por el vino blanco (15%). La participación de los países en desarrollo en las importaciones de vino espumoso es aún muy pequeña, representando un 2% en el año 2008. Comparado con otras importaciones, las importaciones procedentes de países en desarrollo aumentaron más rápido en el grupo de productos el vino tinto y rosado (8,2% comparado al 3,5% y al 2,3% dentro de la UE y de fuera de la UE, respectivamente).

En el año 2008, el vino en botellas representó el 84% del valor total de las importaciones y el restante 16% fue importado en envases de más de 2 litros, lo que significa una pequeña disminución en botellas comparado al año 2004 (1%). Las importaciones desde los países en desarrollo mostraron el mismo desarrollo, la participación de los envases grandes aumentó ligeramente en importancia desde el 20% en año 2004 al 21% en el año 2008.

Exportaciones



Entre los años 2004 y 2008, las exportaciones de vino en la UE se incrementaron 5,7% anualmente y representaron €4,5 mil millones. Los principales países exportadores fueron Italia (€1,5 mil millones en el año 2008 después de un crecimiento anual del 8,4%), Francia (€1,2 mil millones/0,2%), España (€0,8 mil millones/6,5%), Alemania (€0,3 mil millones/17,6%) y Portugal (€0,2 mil millones/3,9%). Juntos, estos cinco países representaron el 89% de las exportaciones de vino de la UE en el año 2008. Del mercado mundial de vino, estos países representaron el 60%.

Oportunidades y amenazas

Las tendencias y el crecimiento del mercado ofrecen oportunidades y amenazas a los exportadores. Una tendencia dada puede ser una amenaza para algunos y una oportunidad para otros al mismo tiempo. Las siguientes tendencias deberían, por lo tanto, siempre ser analizadas en relación a sus circunstancias específicas. Las principales oportunidades para los exportadores de países en desarrollo son las siguientes:

- El valor total de las importaciones ha aumentado en los últimos años (4,1% por año) y las importaciones desde países en desarrollo se han incrementado aún más rápido (7,8% anualmente).
- El vino tinto y rosa son grupos de productos más grandes y de crecimiento más rápido. Este es también el grupo de productos con la participación más alta y de más rápido crecimiento desde países en desarrollo (28%).
- Mientras las importaciones de los países desarrollados fuera de la UE están estabilizándose, las importaciones desde los países en desarrollo están incrementándose rápidamente.

Desarrollo de los precios

El mercado de vino de la UE es sensible al precio. Debido al exceso de oferta mundial de vino, los precios del vino han estado cayendo previo a la recesión económica y la crisis económica ha resultado con caídas en precios y márgenes aún más. En particular, los mercados maduros como los mercados alemán y británico están bajo una fuerte presión de precios. Esa fuerte presión sobre los precios del vino ha ocurrido duramente desde la década de 1980. Según expertos de la industria este desarrollo es muy probable de marcha atrás al crecimiento del comercio para el 2011.

Requisitos de acceso al mercado

Las etiquetas de los vinos exportados a la UE deben incluir:

- Contenido neto en la botella, en mililitros, centilitros o litros.
- Nombre y dirección del importador preferentemente impresa en la etiqueta principal. Opcionalmente, pequeñas etiquetas adhesivas pueden ser aplicadas por el importador.
- Contenido de alcohol en el vino.
- Indicación del lote de fabricación.
- Indicación del país de origen.

Gusto en la UE

Para ser capaz de acceder al mercado de la UE, los vinos de países en desarrollo tienen que ser adaptados al gusto de los consumidores de la UE. Los consumidores de la UE principalmente prefieren vinos delgados, balanceados y secos en todos sus tipos. La calidad necesita ser buena. Sin embargo, hay diferencias en las preferencias entre los países de la UE.



Fuente: CBI (www.cbi.eu)



Traducción libre: Weimar Steven Magariños T., Pasante Nacional-IBCE

Fuentes fotográficas

- <http://www.brennansmarket.com>
- <http://www.tucocinaytu.com>
- <http://gangahogar.com>
- <http://christianespinoza.files.wordpress.com>
- <http://static.zoomr.com/>
- <http://supermarkethq.com>
- <http://www.bellezapura.com>
- <http://www.fotobank.ru>
- <http://growgrapesandmakewine.com>