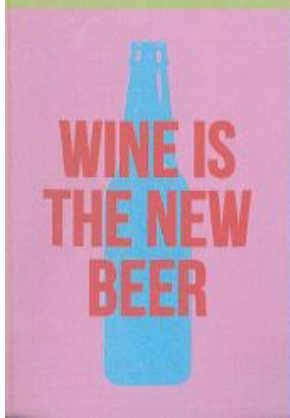
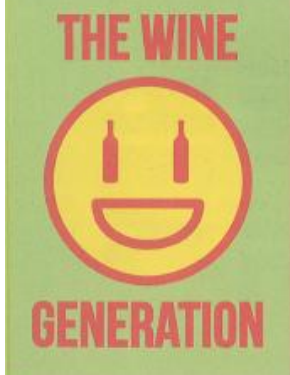


Tendencias y oportunidades en los mercados internacionales del vino

Rafael del Rey

Observatorio ESPAÑOL del
Mercado del VINO



La clave está en...

Generar Valor



En equilibrio

Equilibrio entre...



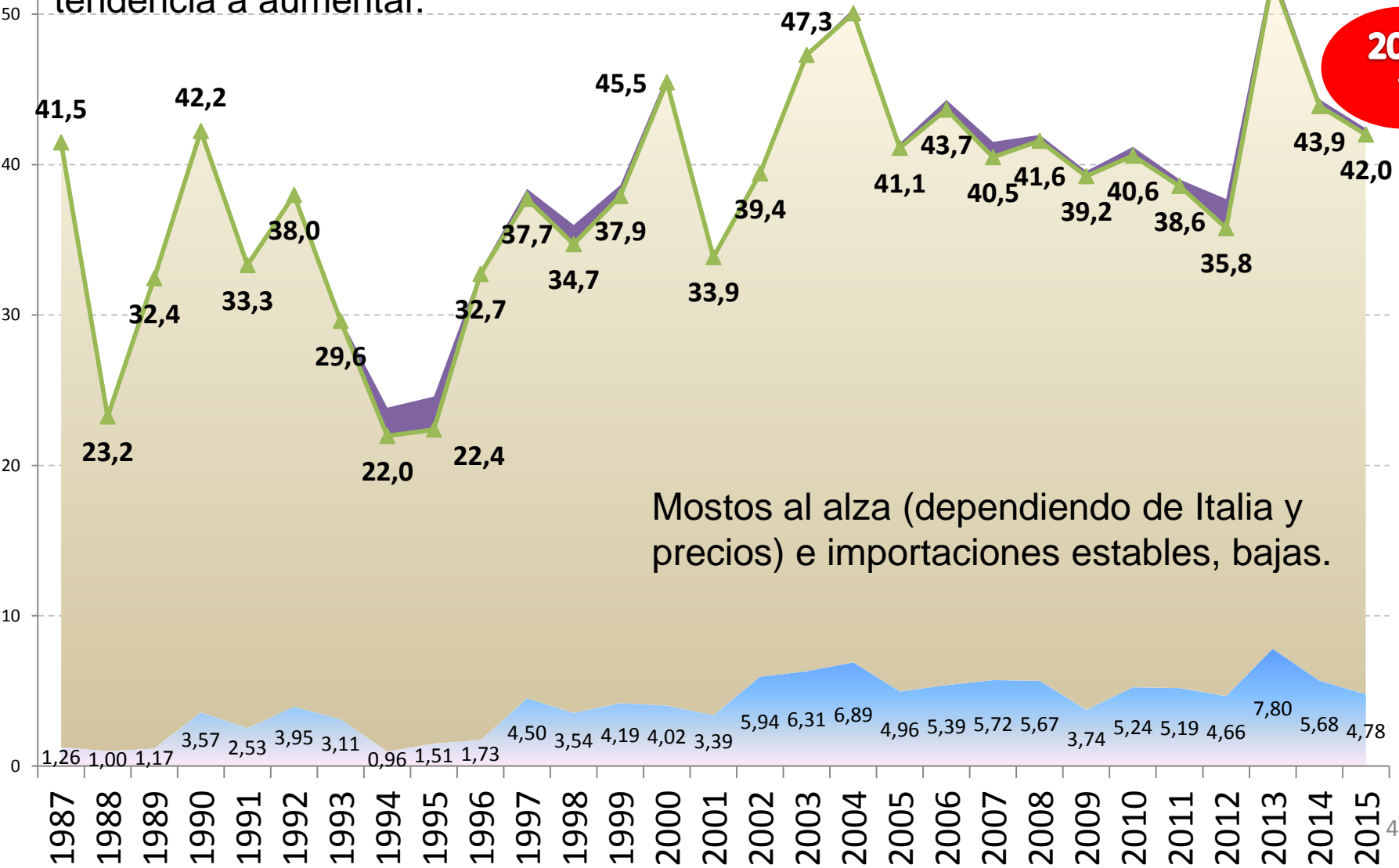
Estructura del sector – balance - evolución

Producciones españolas erráticas, con equilibrio – a bajo precio – sobre los 40 MHI, pero tendencia a aumentar.

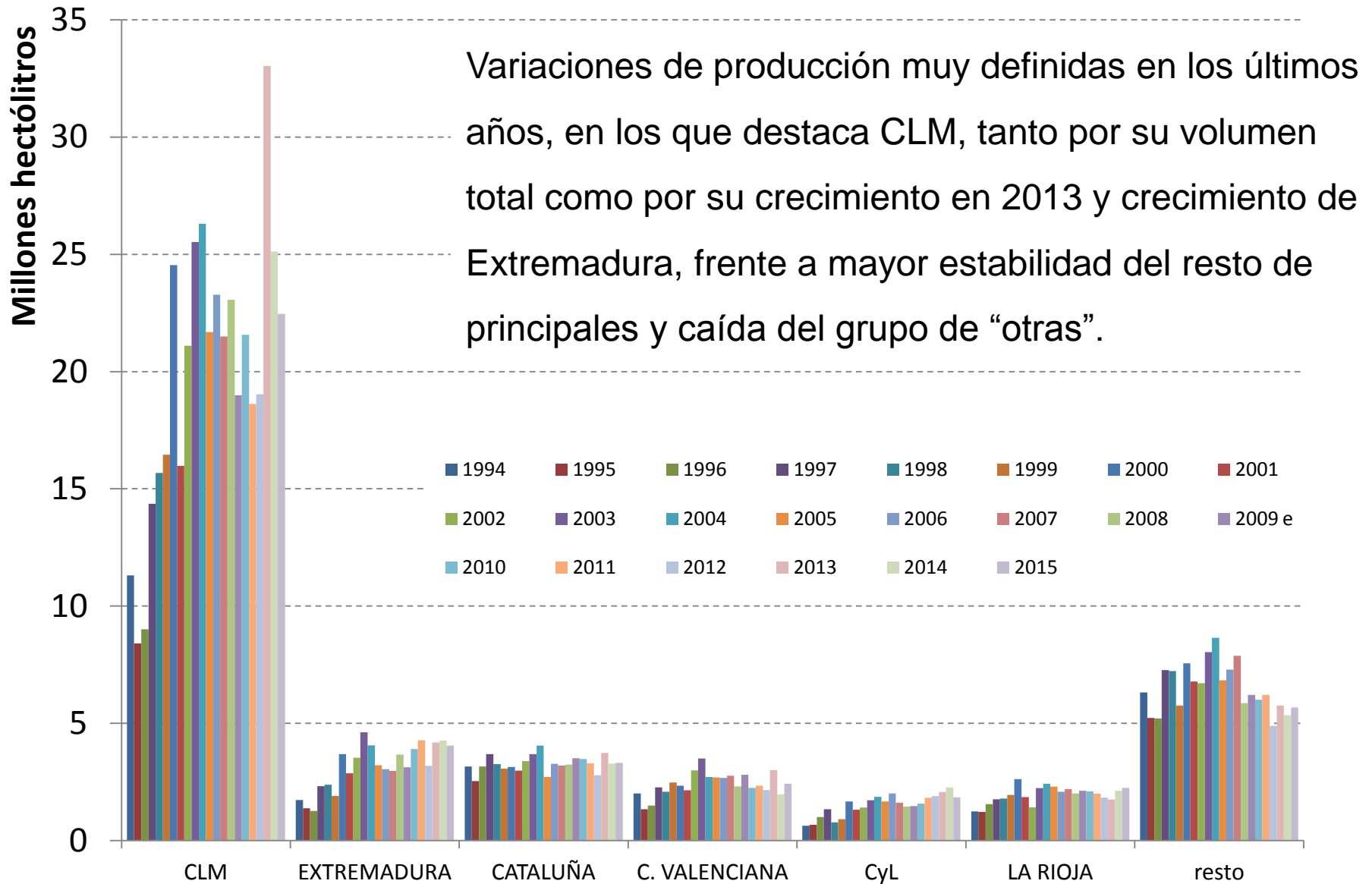
Mosto Vino nuevo
 Importaciones Vino+mosto

2016
?

Mostos al alza (dependiendo de Italia y precios) e importaciones estables, bajas.

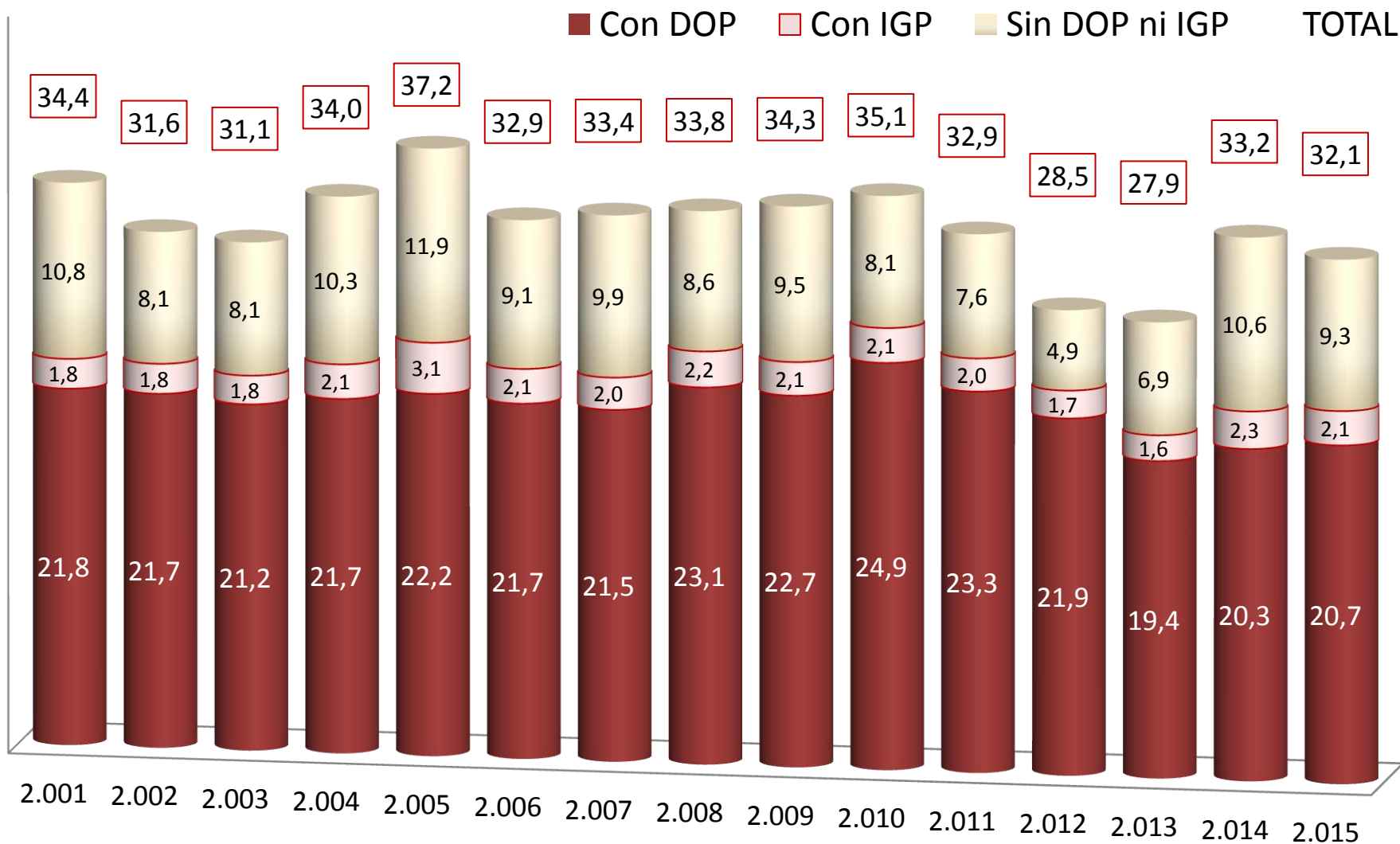


Estructura del sector – PRODUCCIÓN



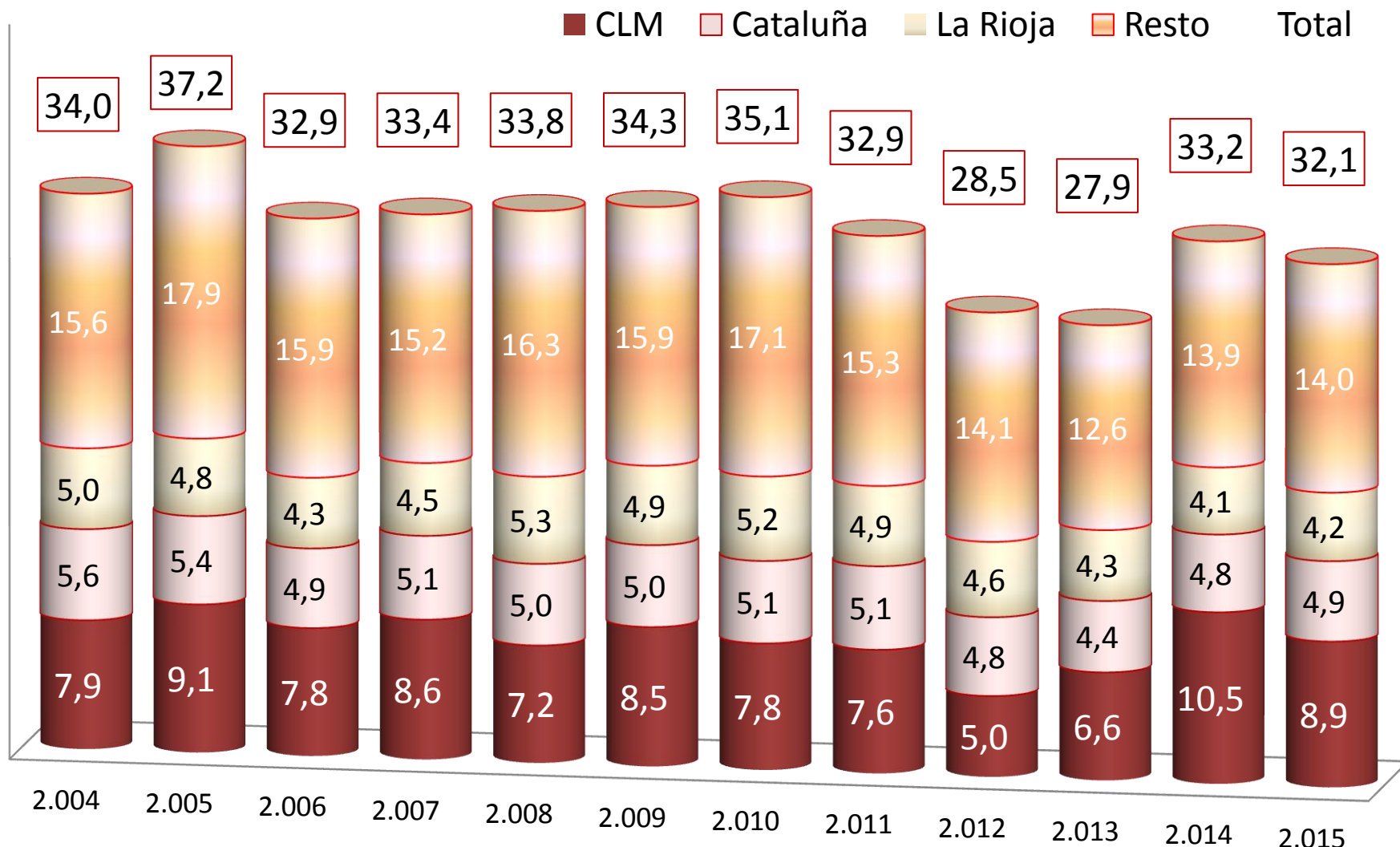
Estructura del sector – EXISTENCIAS

Lo que genera existencias, no mucho mayores ahora, pero que han crecido principalmente entre los vinos sin IG



Estructura del sector – EXISTENCIAS

Y particularmente en CLM

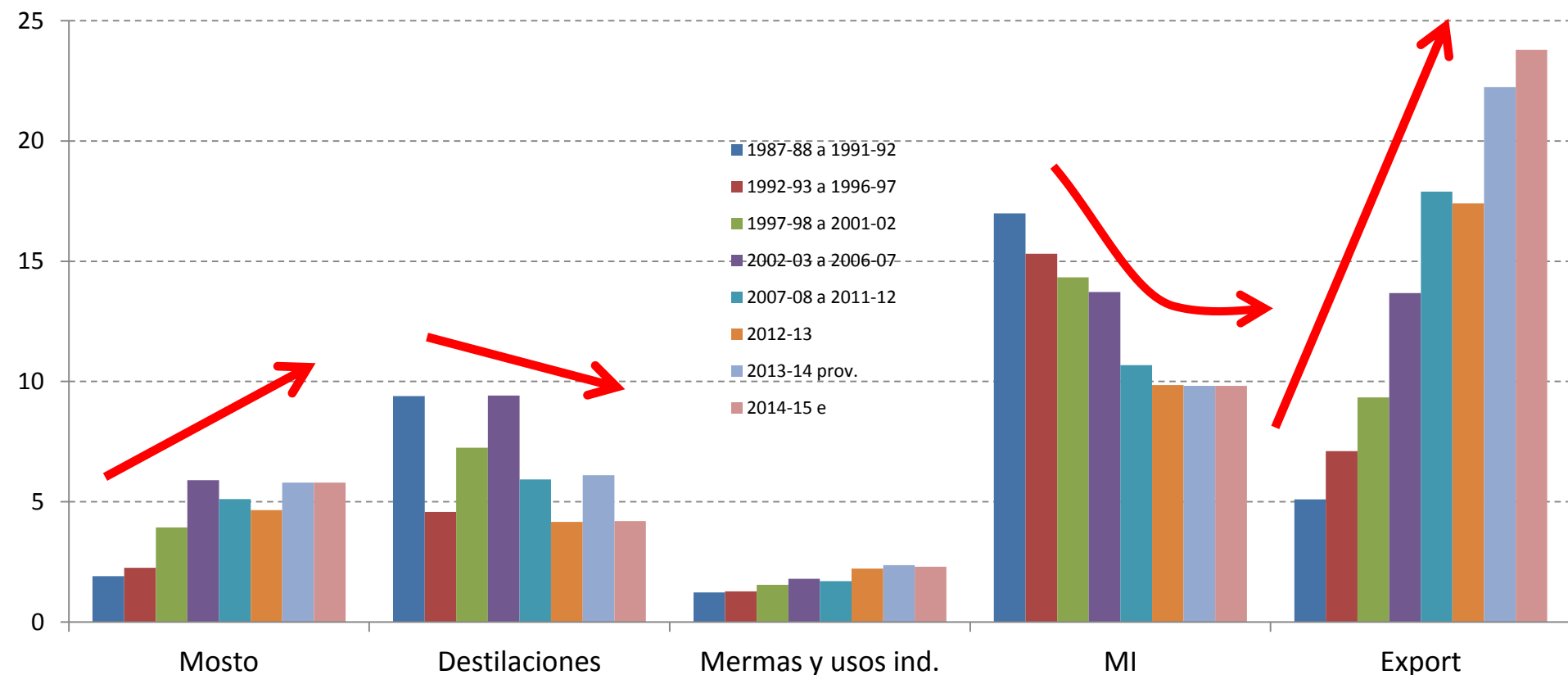


AgroBank, 10 jun 16

Estructura del sector – balance - precios



Estructura del sector - balance

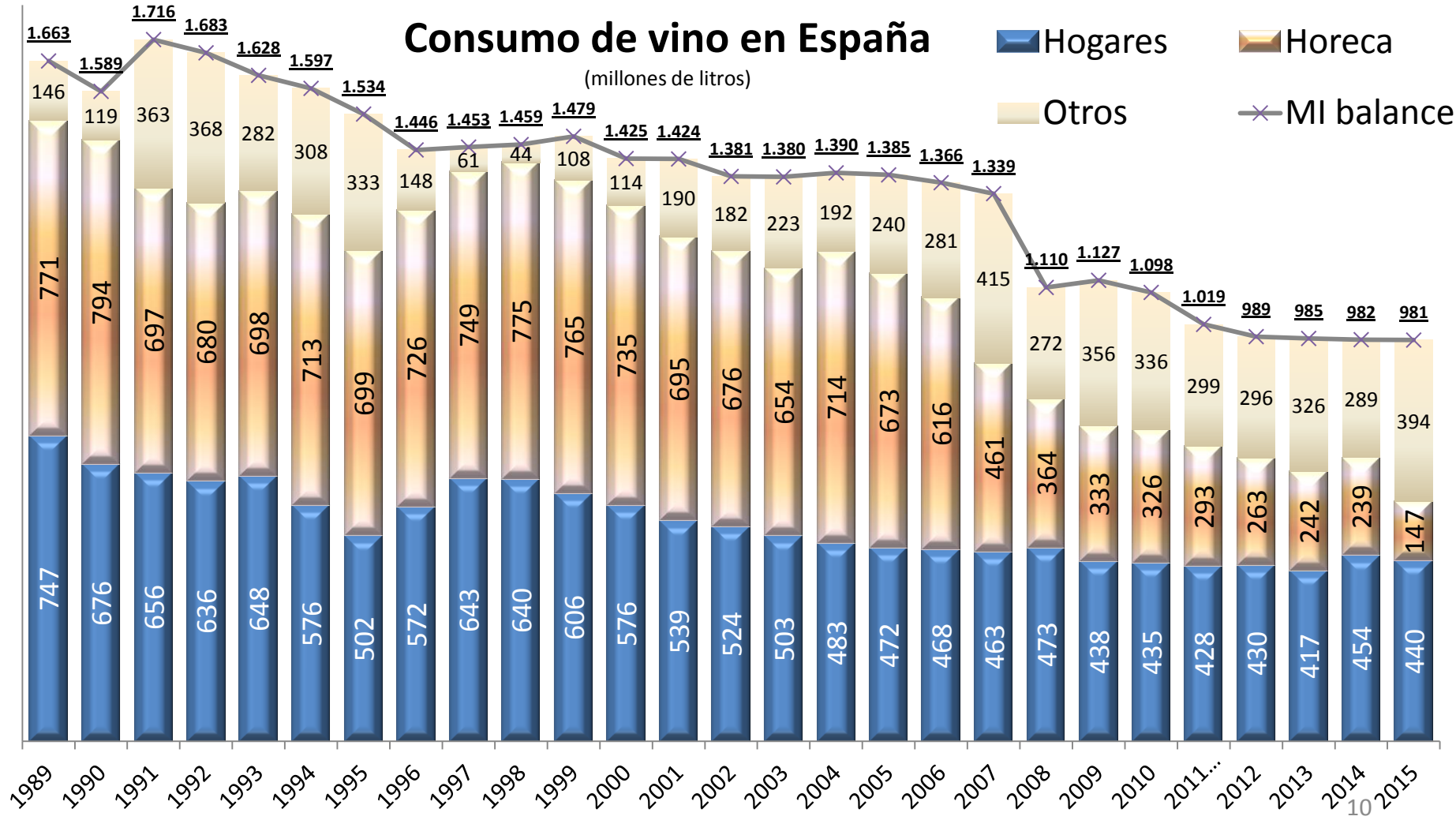


Entre los usos,

- Mosto muy estable y respondiendo bien
- Alcohol a la baja... pero no tanto
- Tendencias habituales en MI y exportación

Estructura del sector – balance – consumo int

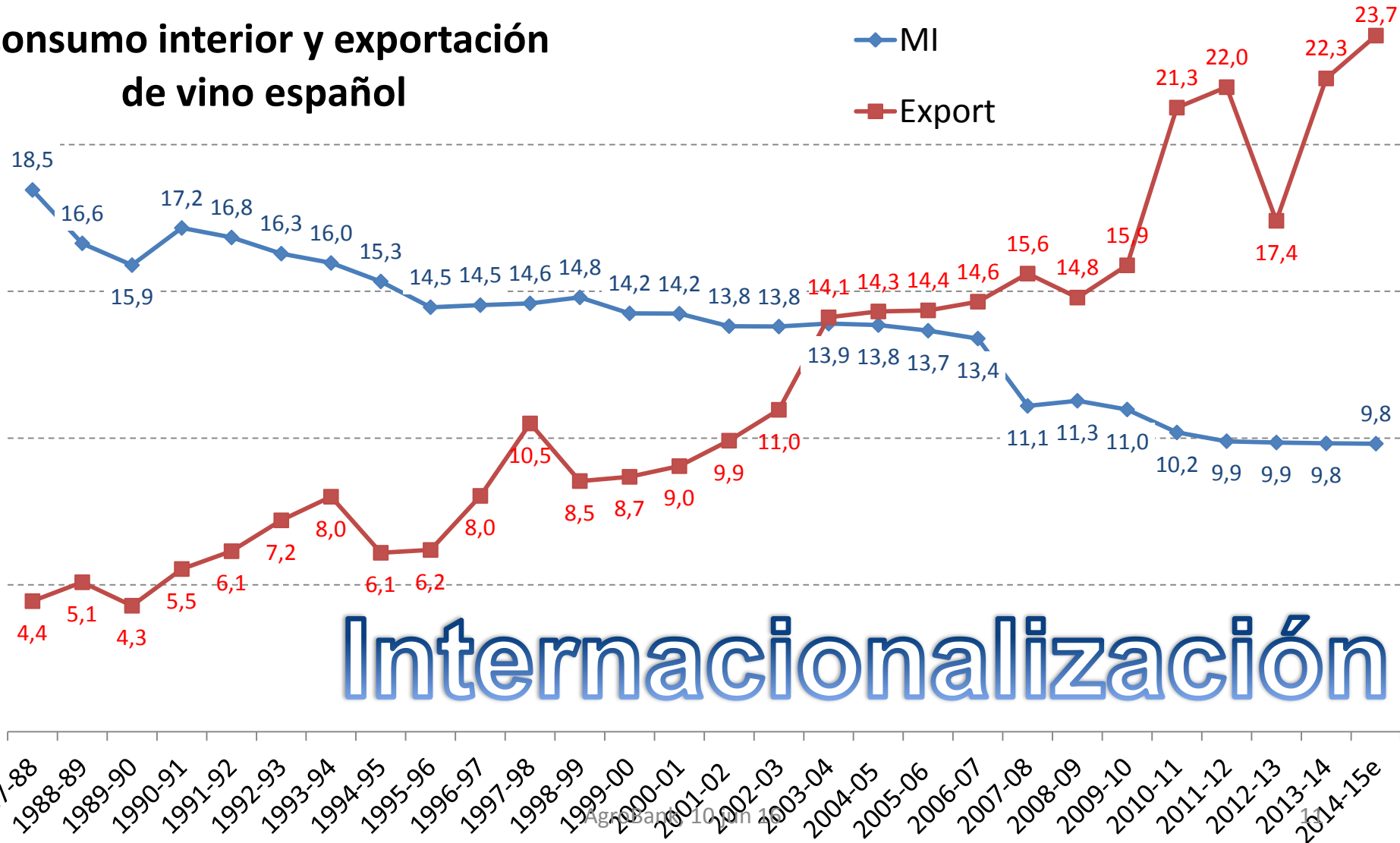
En el mercado nacional, la tendencia sigue a la baja pero más estable, con alimentación estable, horeca parece que más animada y parte cada vez más importante de otras ventas hasta igualar la cifra de balance.



Estructura del sector – balance - ventas

Por el momento, las mayores posibilidades siguen en exportación.

Consumo interior y exportación de vino español



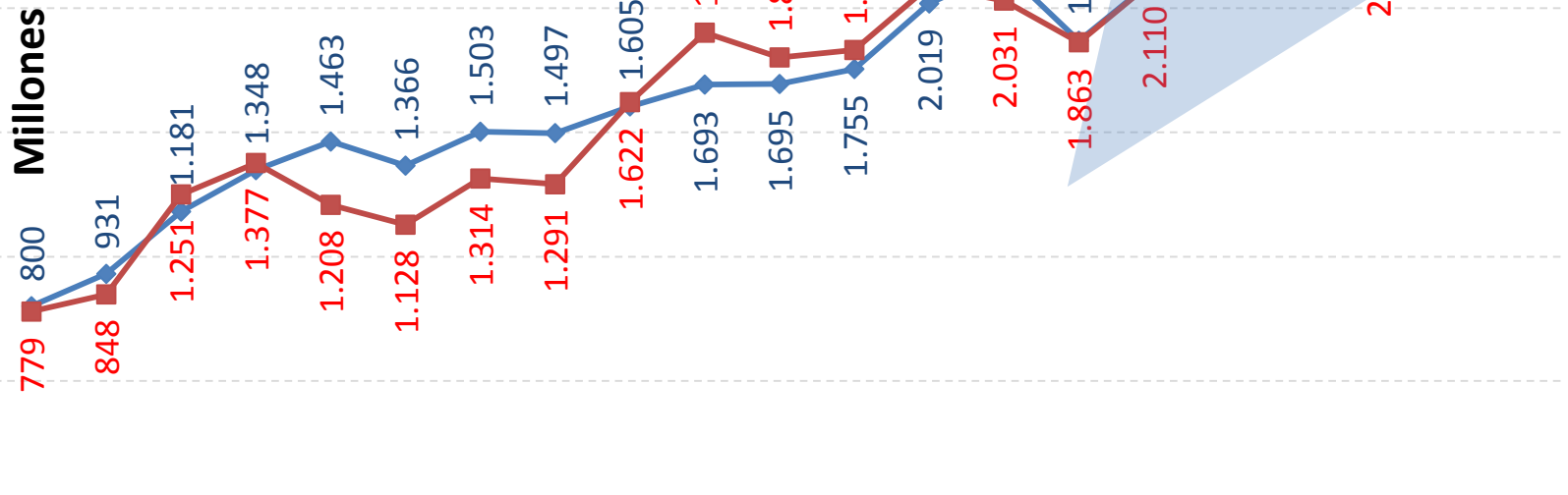
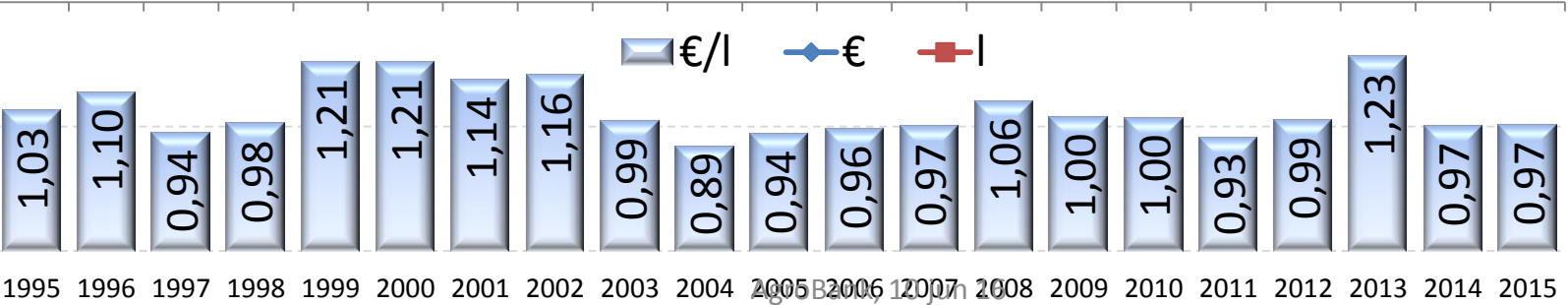
Internacionalización

Exportación, con grandes vaivenes

Exportaciones españolas de vino y productos vitivinícolas

Con buen crecimiento del valor desde 2009
 Volumen más errático, recuperándose en 2014 y 2015 ante la gran cosecha del 2013
 Y precios aún bajos

Millones



+2,5%

+2,8%

2014 / 15

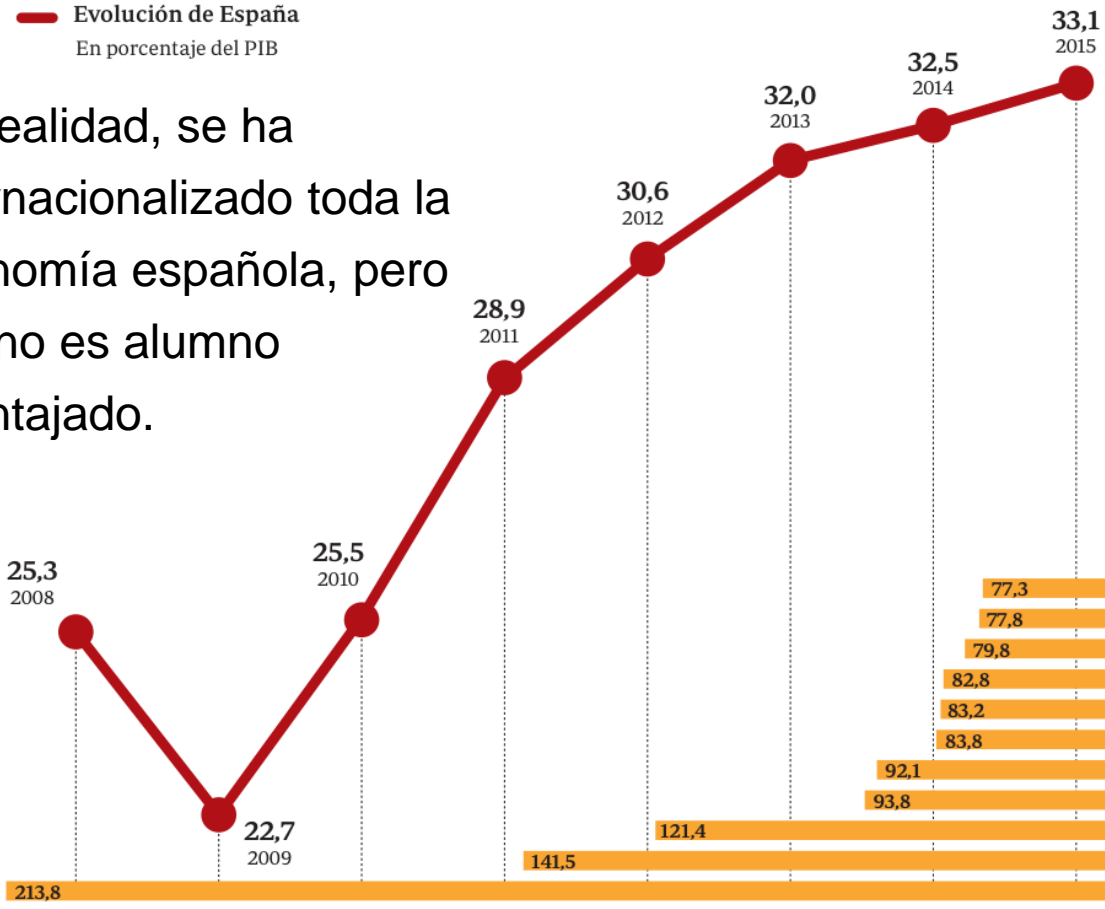
+0,3%

Los mercados exteriores nos siguen *sacando las castañas*:

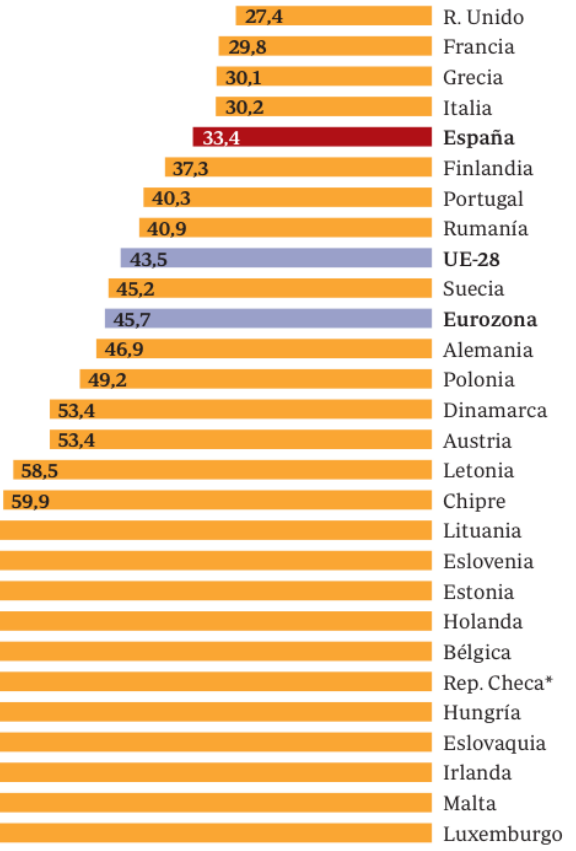
Peso de las exportaciones en el Producto Interior Bruto

— Evolución de España
En porcentaje del PIB

En realidad, se ha internacionalizado toda la economía española, pero el vino es alumno aventajado.



En el resto de Europa en 2015 (* Dato de 2014)



FUENTE: Eurostat y Ministerio de Economía y Competitividad

El peso de las exportaciones en la economía crece diez puntos desde 2009

Estructura del sector – Qué exportamos

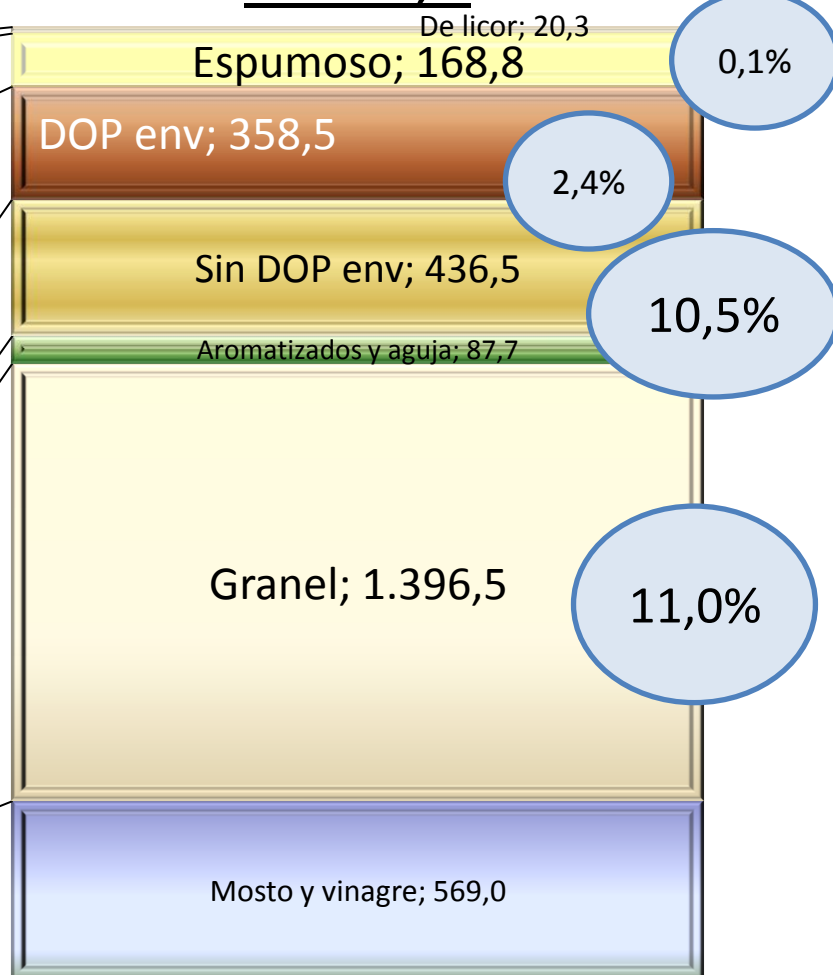
En exportación es donde tenemos la gran oportunidad de crecimiento y de mejora

Exportaciones españolas de vinos, mosto y vinagre - 2015

2.953,8

3.037,3

Millones de euros y litros

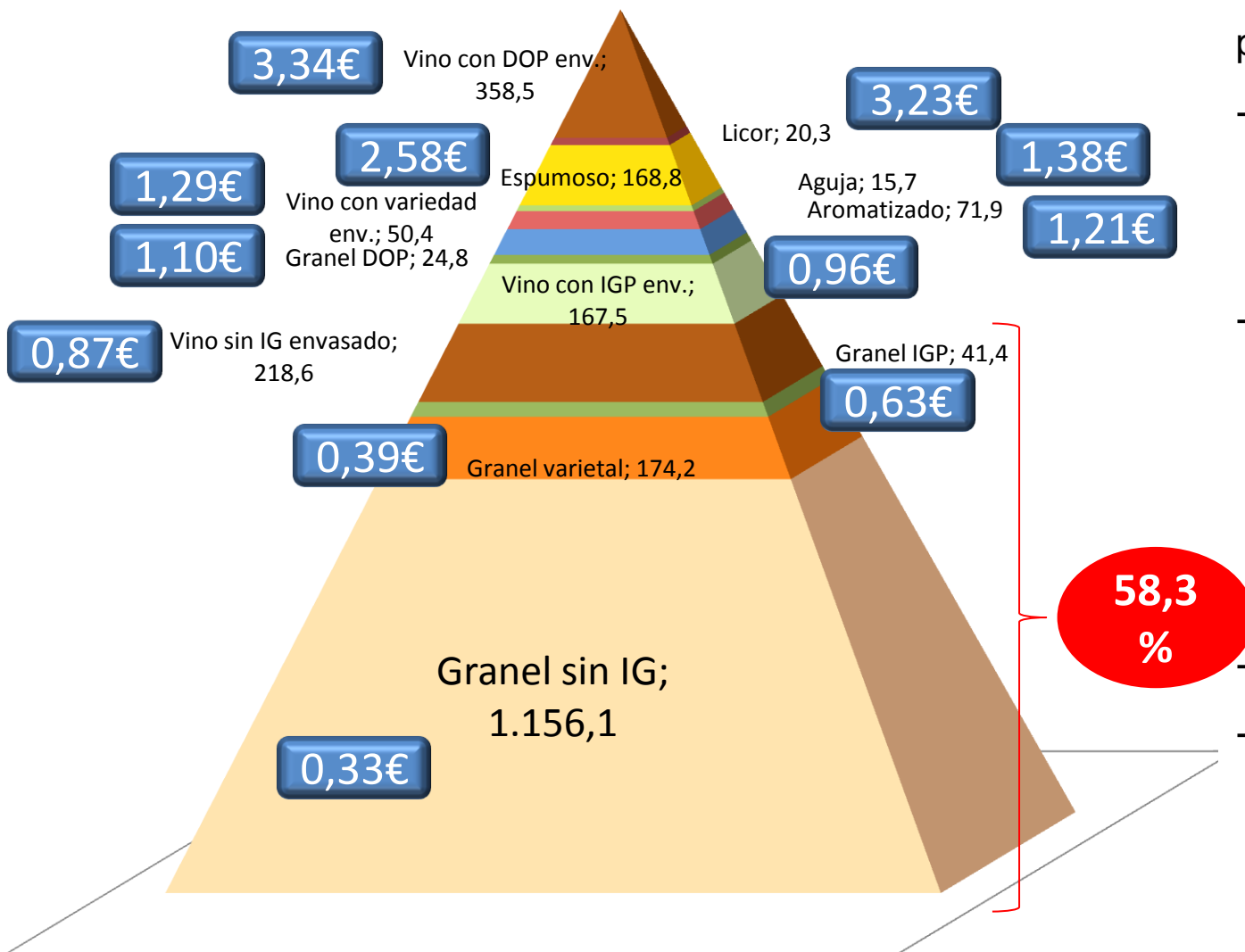


Millones €uros

Millones Ltrs

Estructura del sector – Qué exportamos

Exportaciones españolas de vino – 2015



Nuestra pirámide de precios sigue mostrando:

- los graneles y algún envasado por debajo del Euro/ litro
- Envasados con IG o variedad, aguja, aromatizados ligeramente por encima del Euro/litro
- Espumosos en 2,58
- Y vinos generosos y con DOP envasados por encima de los 3 €/l

Estructura del sector – y a quien?

PRINCIPALES MERCADOS DEL VINO ESPAÑOL

2015

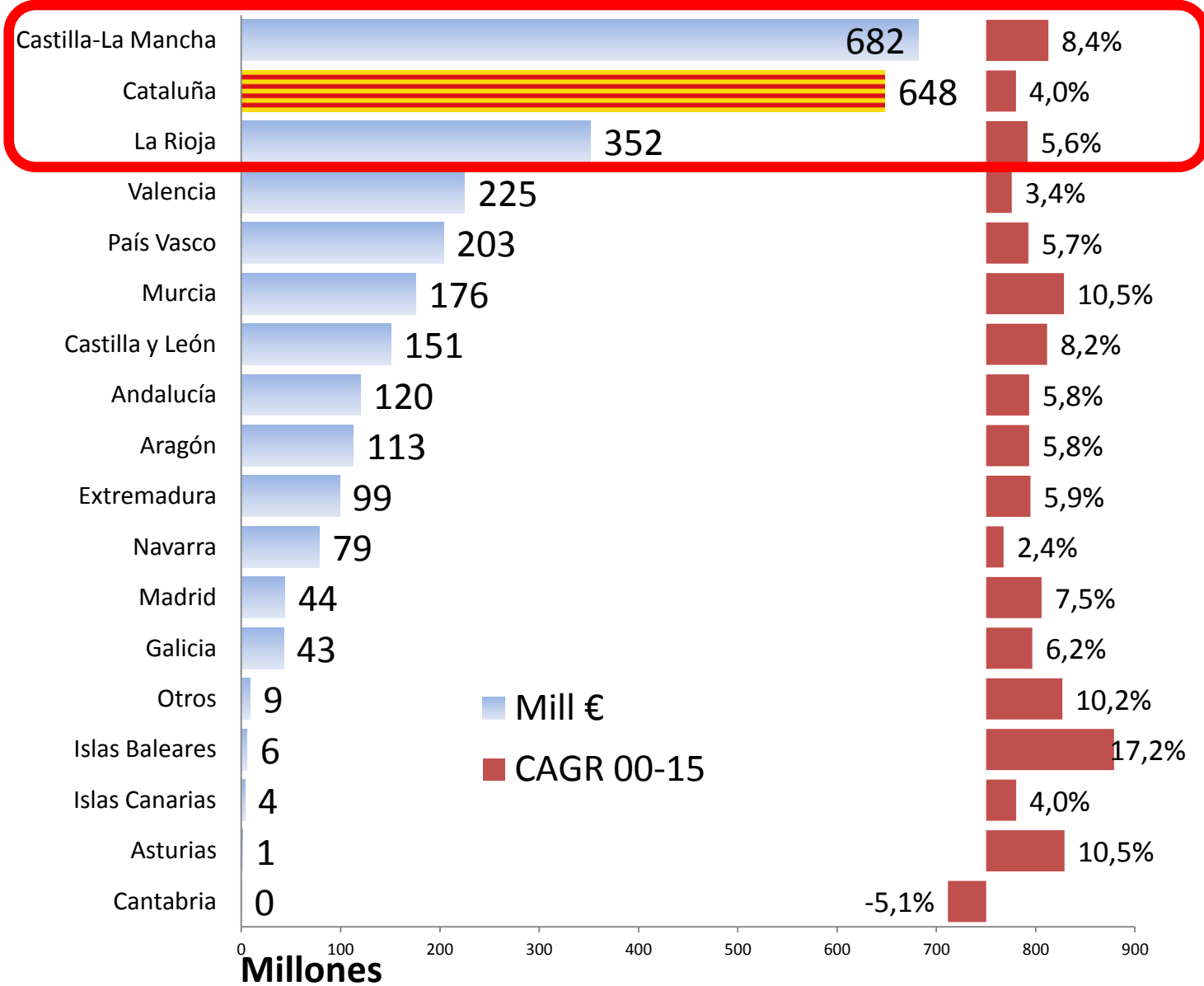
		Valor M€	Vol. M L	€/l
1	Alemania	403,4	419,1	0,96
2	Reino Unido	356,1	176,8	2,01
3	Francia	297,9	651,0	0,46
4	EE.UU.	295,9	80,9	3,66
5	Países Bajos	137,9	76,2	1,81
6	Bélgica	130,3	60,2	2,16
7	China	119,6	81,3	1,47
8	Suiza	115,7	36,2	3,20
9	Italia	114,8	272,1	0,42
10	Portugal	91,8	209,8	0,44
11	Japón	86,2	39,7	2,17
12	Canadá	85,4	34,6	2,46
13	México	57,8	19,3	3,00
14	Suecia	53,7	24,8	2,17
15	Rusia	49,6	113,7	0,44
16	Dinamarca	43,1	26,3	1,64
17	Finlandia	27,3	13,6	2,01
18	Noruega	24,5	8,2	2,97
19	Rep. Checa	24,5	52,2	0,47
20	Irlanda	19,7	7,1	2,75
21	Lituania	19,2	15,6	1,23

Por mercados, en 2015:

- Vendemos mas de 100 millones de euros en 9 mercados
- pero Francia sigue siendo nuestro principal cliente en volumen y sube a la tercera plaza en valor,
- con precios todavía en caída, que solo superan los 2 €/l en UK, EEUU, Bélgica, Suiza, Canadá, Japón, México, Suecia, Finlandia, Noruega e Irlanda entre los 21 primeros
- manteniéndonos 1^{os} mundiales en volumen... pero no en valor.

En 2015 [exportaciones por CCAA]

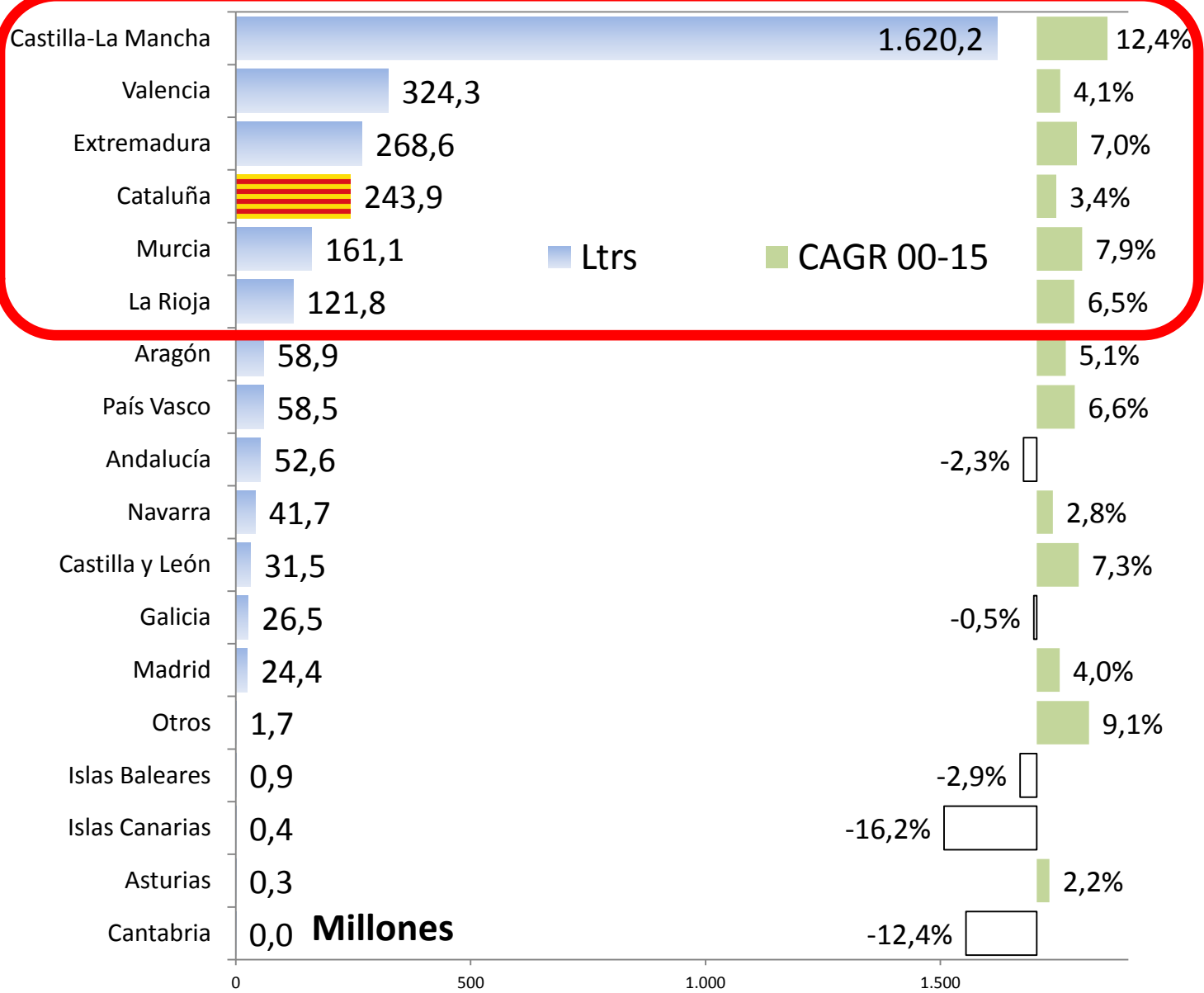
Exportaciones de vino y mosto 2015 - VALOR



Por comunidades autónomas, CLM y Cataluña, con La Rioja, concentran el grueso de la exportación española, siendo Baleares y Murcia las que más han crecido en proporción.

En 2015 [exportaciones por CCAA]

Exportaciones de vino y mosto 2015 - VOLUMEN

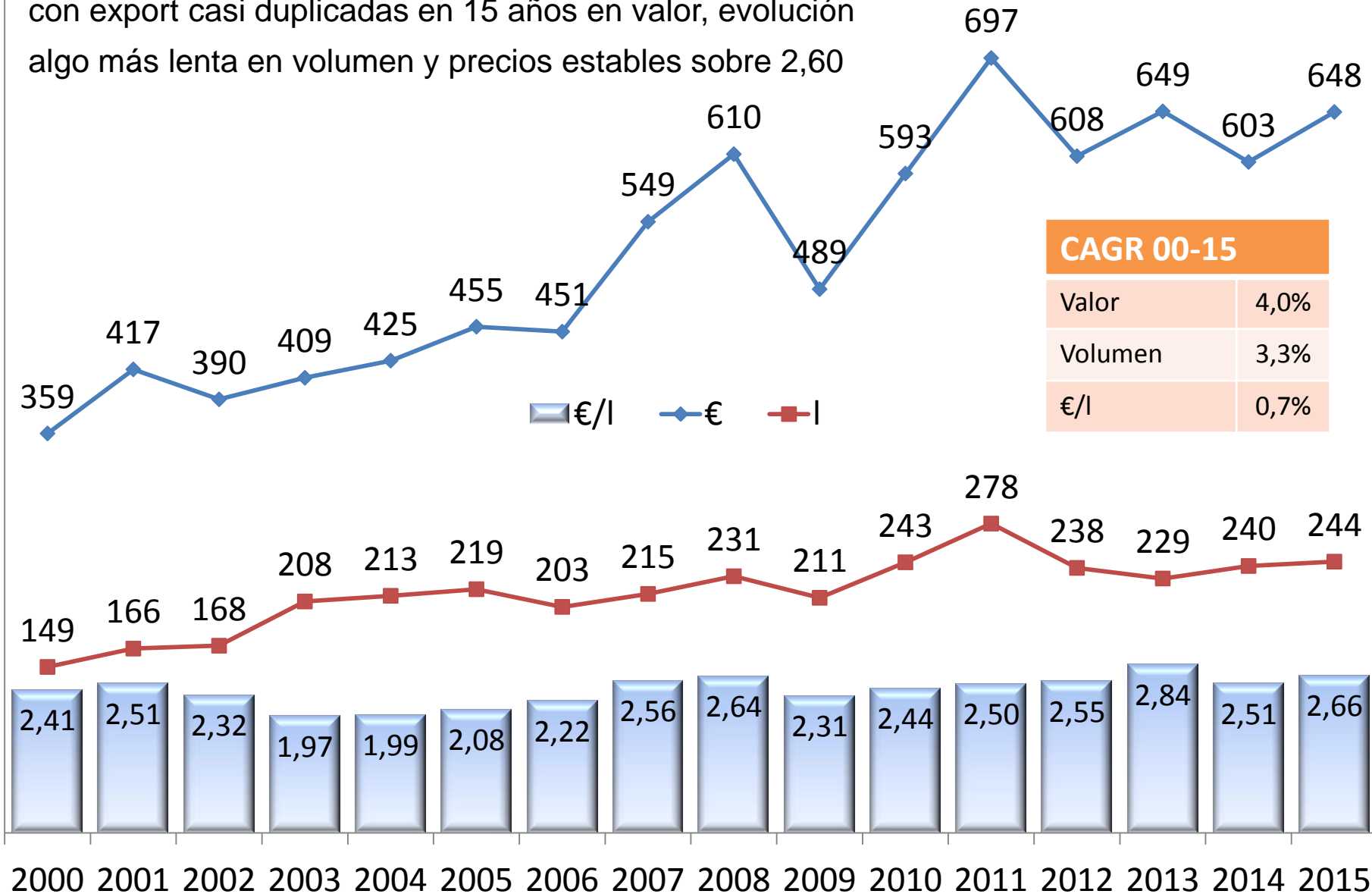


Con el volumen mayoritariamente en CLM, seguido de lejos por Valencia, Extremadura, Cataluña, Murcia y La Rioja.

CATALUÑA

Millones

En Cataluña, el panorama es algo diferente... pero no tanto; con export casi duplicadas en 15 años en valor, evolución algo más lenta en volumen y precios estables sobre 2,60

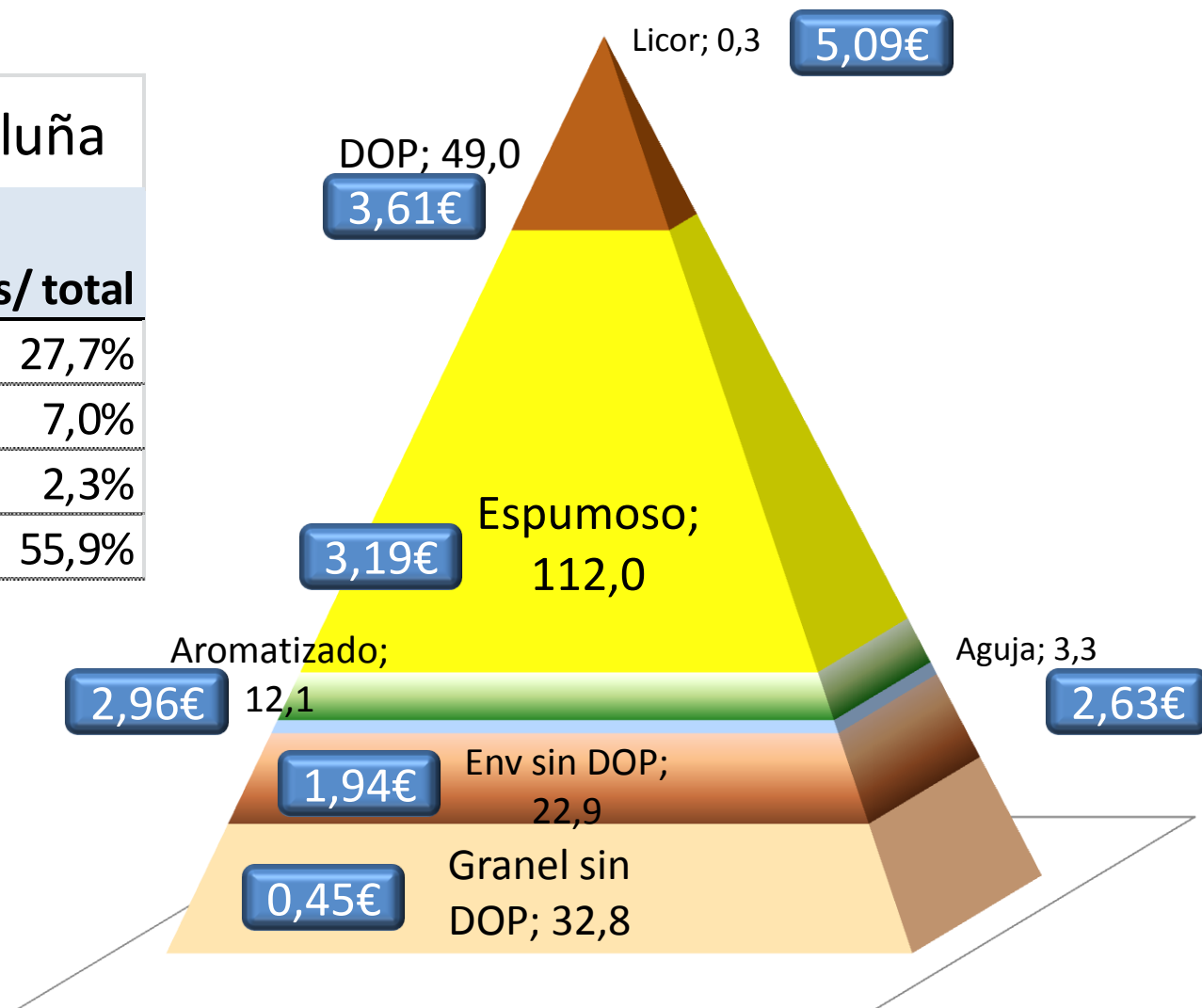


CATALUÑA

Por composición muy diferente en la cartera de productos

Exportaciones de Cataluña

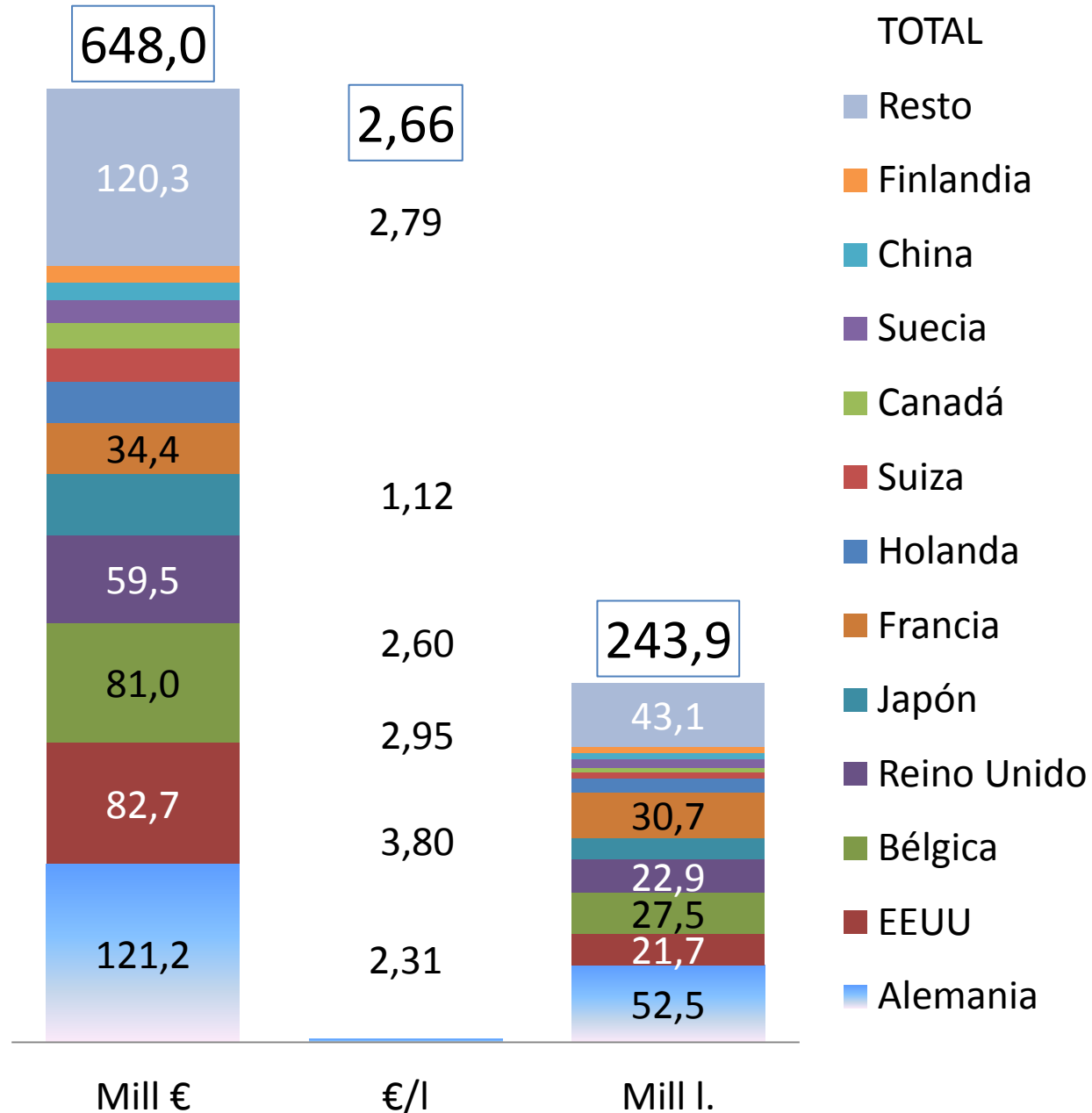
2015	Mill €	% s/ total
DOP	176,8	27,7%
Env sin DOP	44,6	7,0%
Grl sin DOP	14,7	2,3%
Espumoso	357,3	55,9%



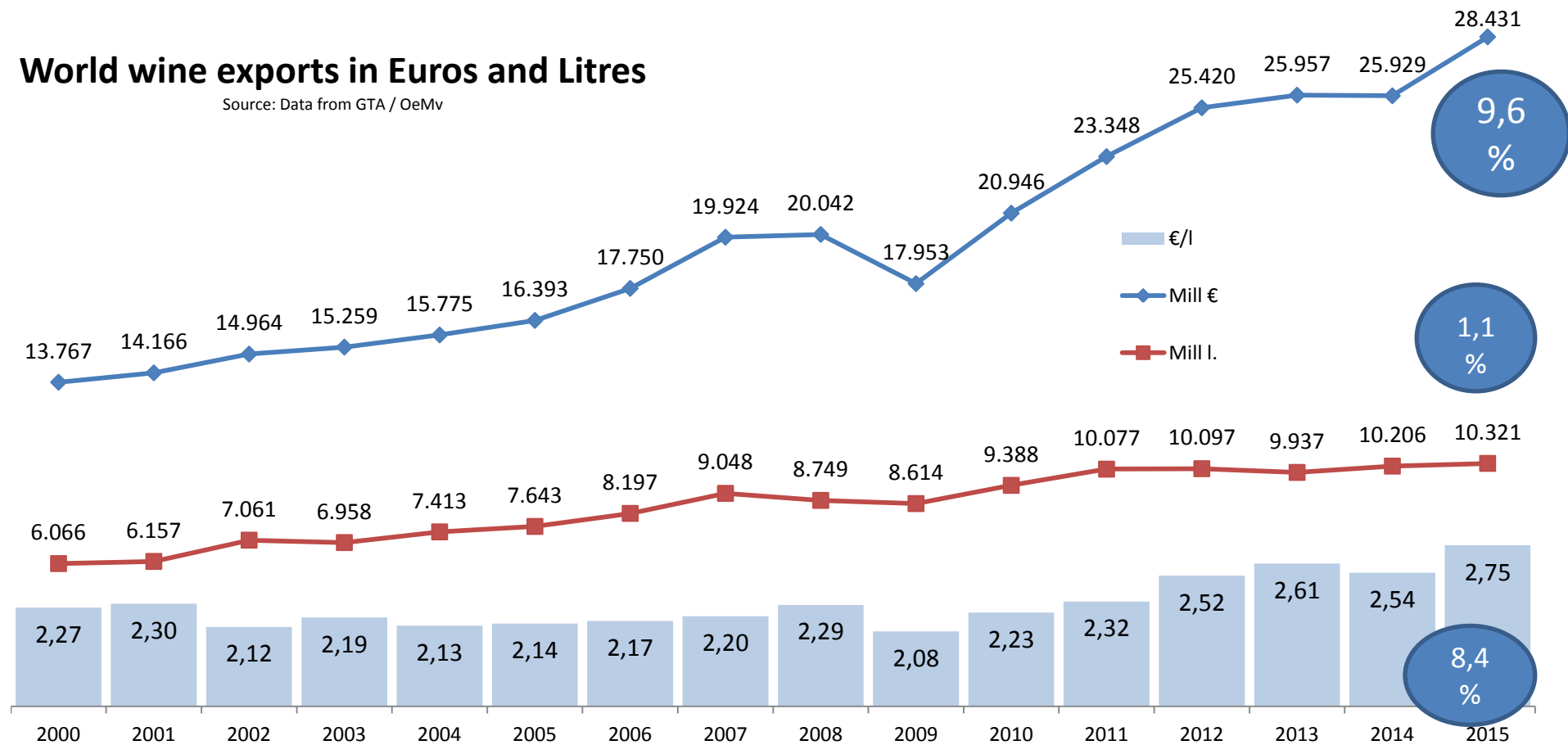
CATALUÑA

Que se dirigen también a unos mercados algo diferentes – aunque no tanto –:

- Los 11 primeros mercados suponen el 81,4% del valor total exportado y el 82,3% en 2015
- Y son a los que se exporta mas de 10 mill €
- Alemania se mantiene como el principal mercado con alrededor del 20% del total
- 6 mercados reciben mas de 10 millones de litros cada uno destacando los volúmenes vendidos a Francia
- Pero quien más crece es China

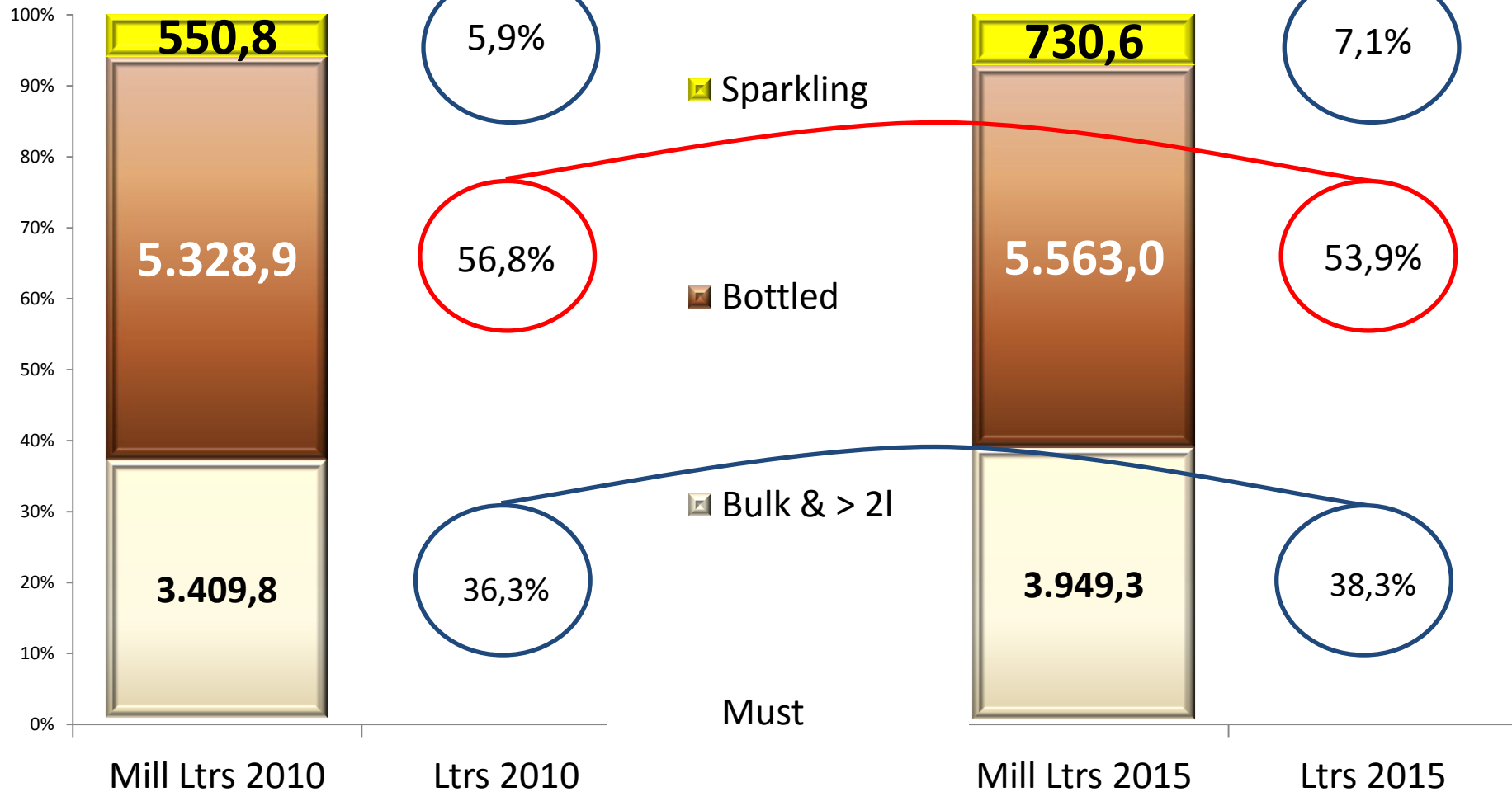


MERCADOS MUNDIALES: Dentro de una tendencia mundial favorable



Tras cosechas más equilibradas en 2014 y 2015, el valor medio de vino y mosto subió a 2,75 €/l en 2015, con crecimiento de casi el 10% en valor y más estable en volumen, por encima de los 100 M Hls.

MERCADOS MUNDIALES: Product mix - VOLUME

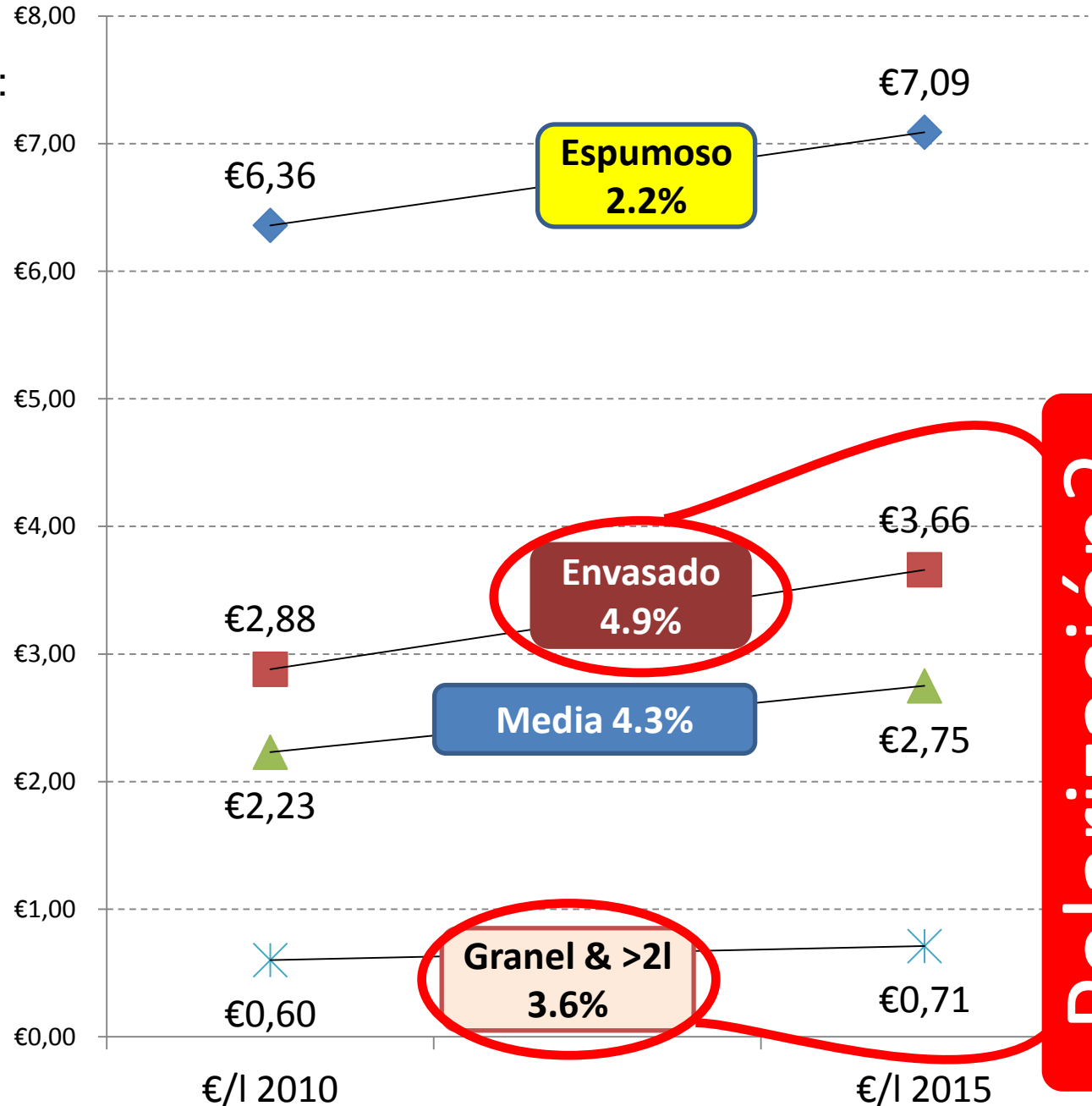


En los últimos 6 años los cambios han sido importantes, particularmente en VOLUMEN con el vino envasado perdiendo 2,9 puntos de cuota, que amplían el granel (2 puntos) y el espumoso (1,2) .

MERCADOS MUNDIALES: Precios medios x categoría

En precios mundiales:

- Más cantidad de espumosos, pero no mucho más caros
- Menos – en términos relativos – de vinos envasados, pero más caros
- Y más vino a granel que se mantiene barato.



Polarización?

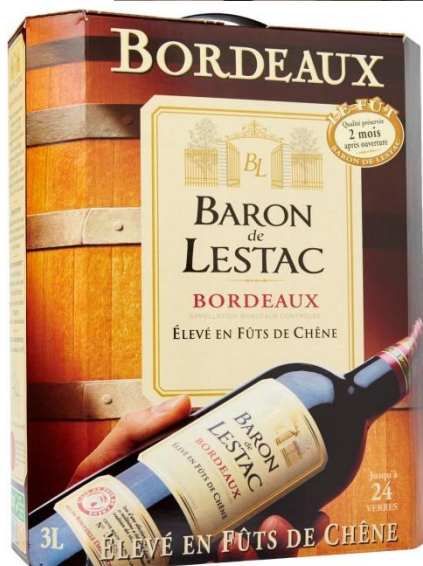
Polarización?

Entre los premium y super-premium.



¿TENDENCIAS?

Y los más rompedores:



¿TENDENCIAS?

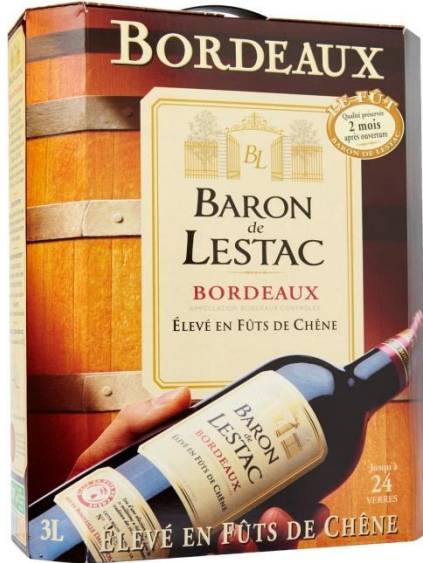
También en España e incluso en lugares insospechados:

BRICK 5 LITROS
RIBERA DEL DUERO
JÓVEN

14,50 EUROS

BRICK 5 LITROS
RIBERA DEL DUERO
JÓVEN

14,50 EUROS



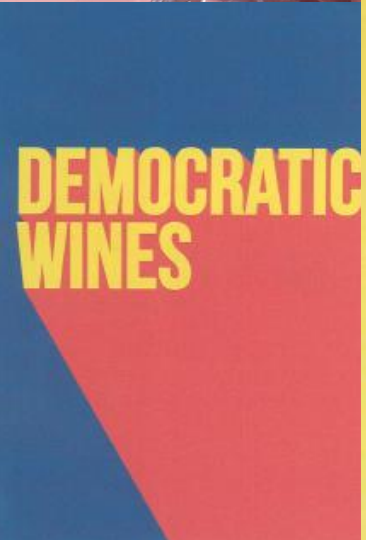
¿Tendencias?

Y cada vez más cosas diferentes incluso en España y para España:

ALIMENTARIA
2016

Vino sintético Paladares globalizados

Un buen chorro de etanol, un toque de hexanoato de etilo y ya tenemos vino, o algo parecido. Eso asegura una pareja californiana, muy emprendedora, tras falsificar un tinto italiano, sintetizado en su laboratorio y embotellado para competir con unos caldos cuyo lento proceso de fermentación y maduración pretenden ahorrarse para reducir costes y conquistar a una clientela masiva y con pocos miramientos. Con los oportunos controles sanitarios, es el libre mercado el que pone a cada uno en su sitio, pero falsificar un producto como el vino -del que España es el primer exportador mundial- atenta contra la propia esencia de una bebida que concentra sabores y alcoholes, pero, sobre todo, historia, cultura, tradición y geografía. Tratar de sacarle partido a la incultura global va a ser cada vez más sencillo.



¿SABES QUÉ ES COJONUDO?

El vino. El vino es cojonudo. El vino, amigo mío, es CO-JO-NU-DO. Mola un huevo, es tremendo, maravilloso, braval, magnifico, formidable, colosal, descomunal y monumental. No se puede cojonutar de lo fantástico que es. Es natural, es sexy, es divertido y además está bueno de narices. Parece una chorrada decirlo, y sentimos ser pesados, pero es que el vino es cojonudo. Y lo más triste es que nadie lo dice. Se dice que el vino es terruño y pasión por la tierra, que es el legado de padres a hijos, que es una combinación entre tradición y modernidad y que de sus mejores viñedos nacen magníficos caldos. Para nosotros el caldo es sapa, y el vino, cojonudo. Democratic Wines nace como un movimiento cuyo objetivo es gritar a los cuatro vientos lo mucho que llega a molar el vino. Y lo haremos con alegría, con color, jaleo y por supuesto, como no, con vinos cojonudos.

Prosecco

Everything you need to know



¿Tendencias?

Y cada vez más cosas diferentes incluso en España y para España:



CODOR NEW



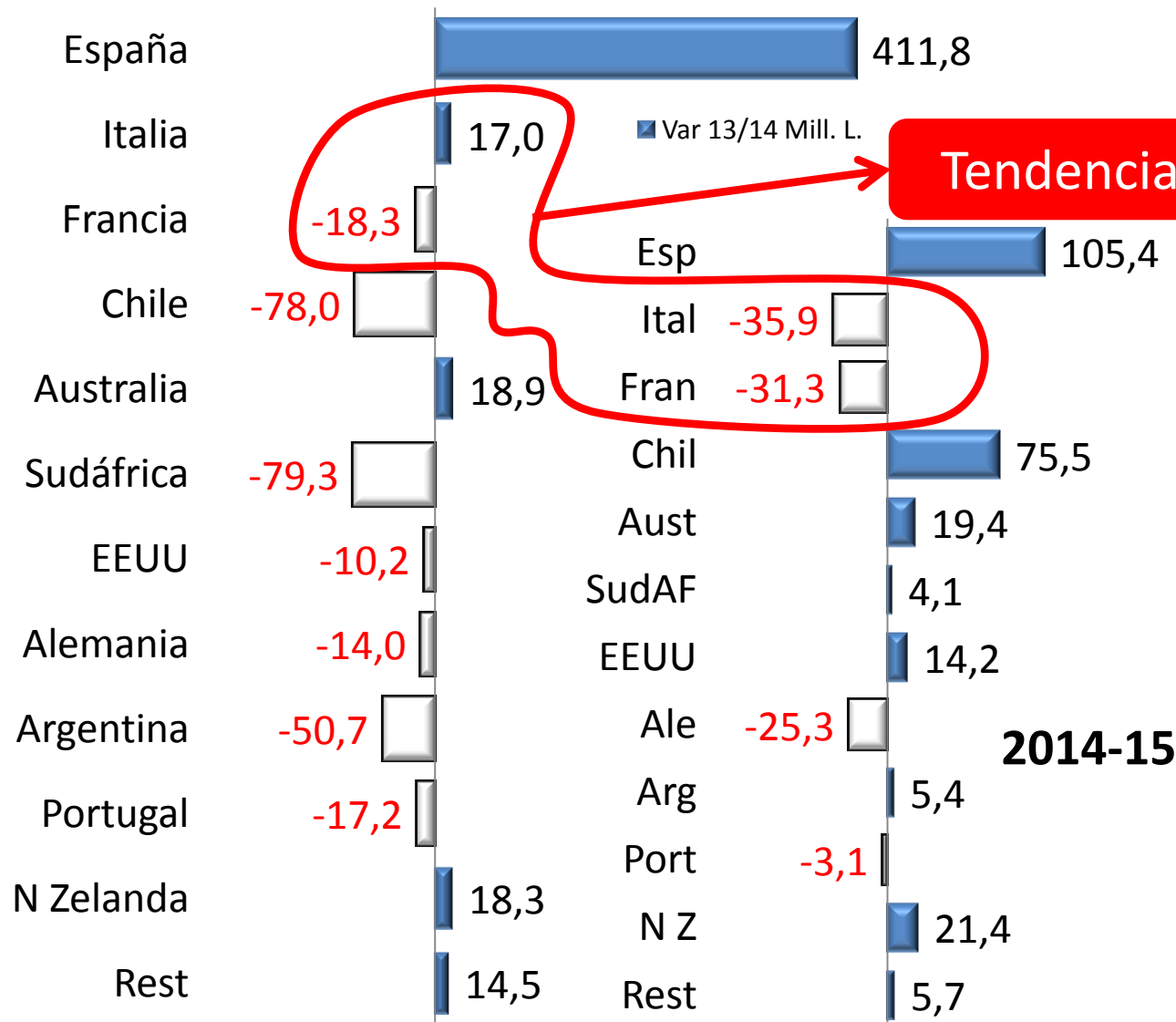
Frescos



ENTRE LOS GRANDES EXPORTADORES MUNDIALES:

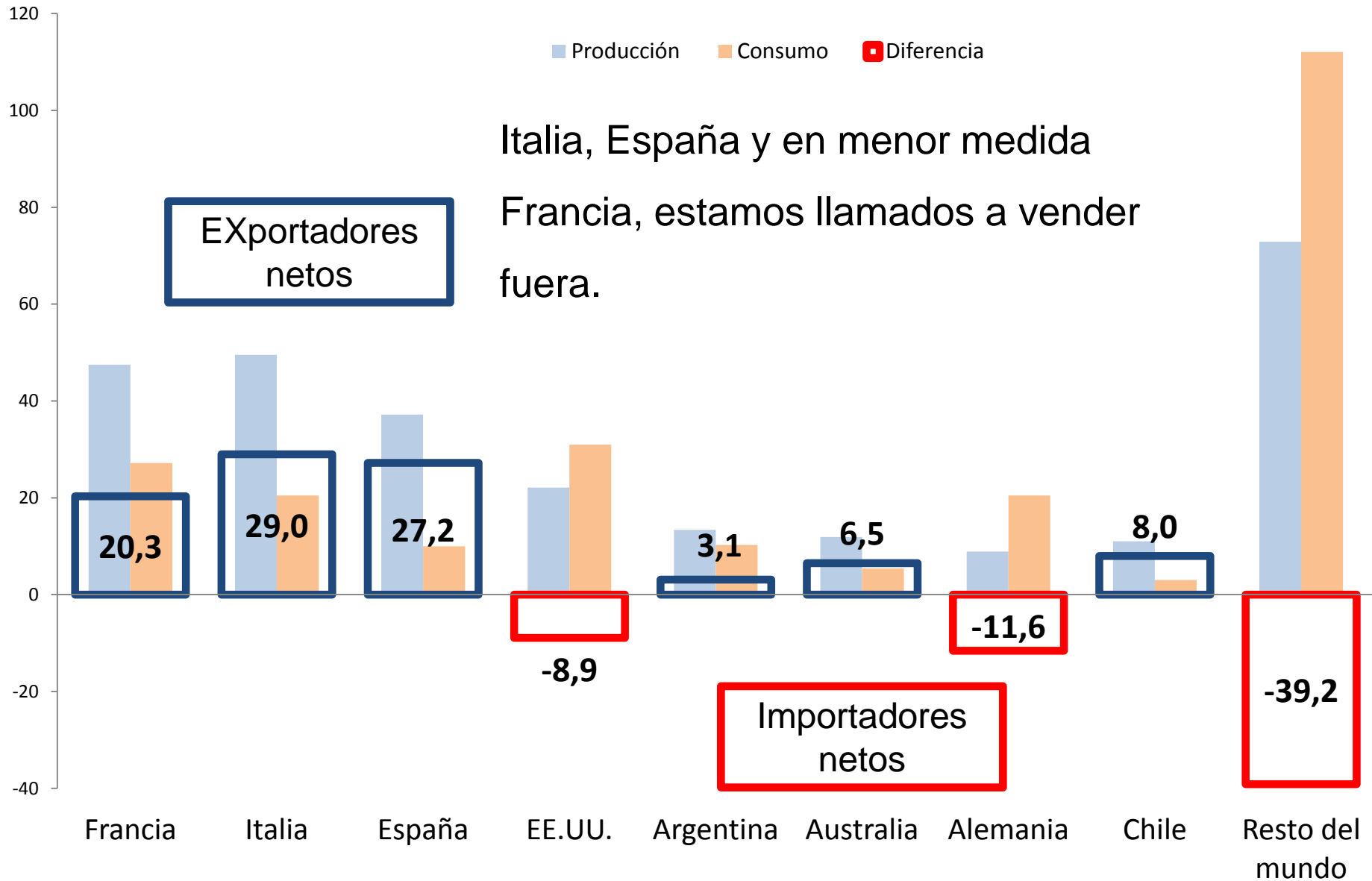
Es España quien está marcando las diferencias en volumen estos últimos años, en 2014 y 2015.

Variación en VOLUMEN 2014-13 Principales exportadores



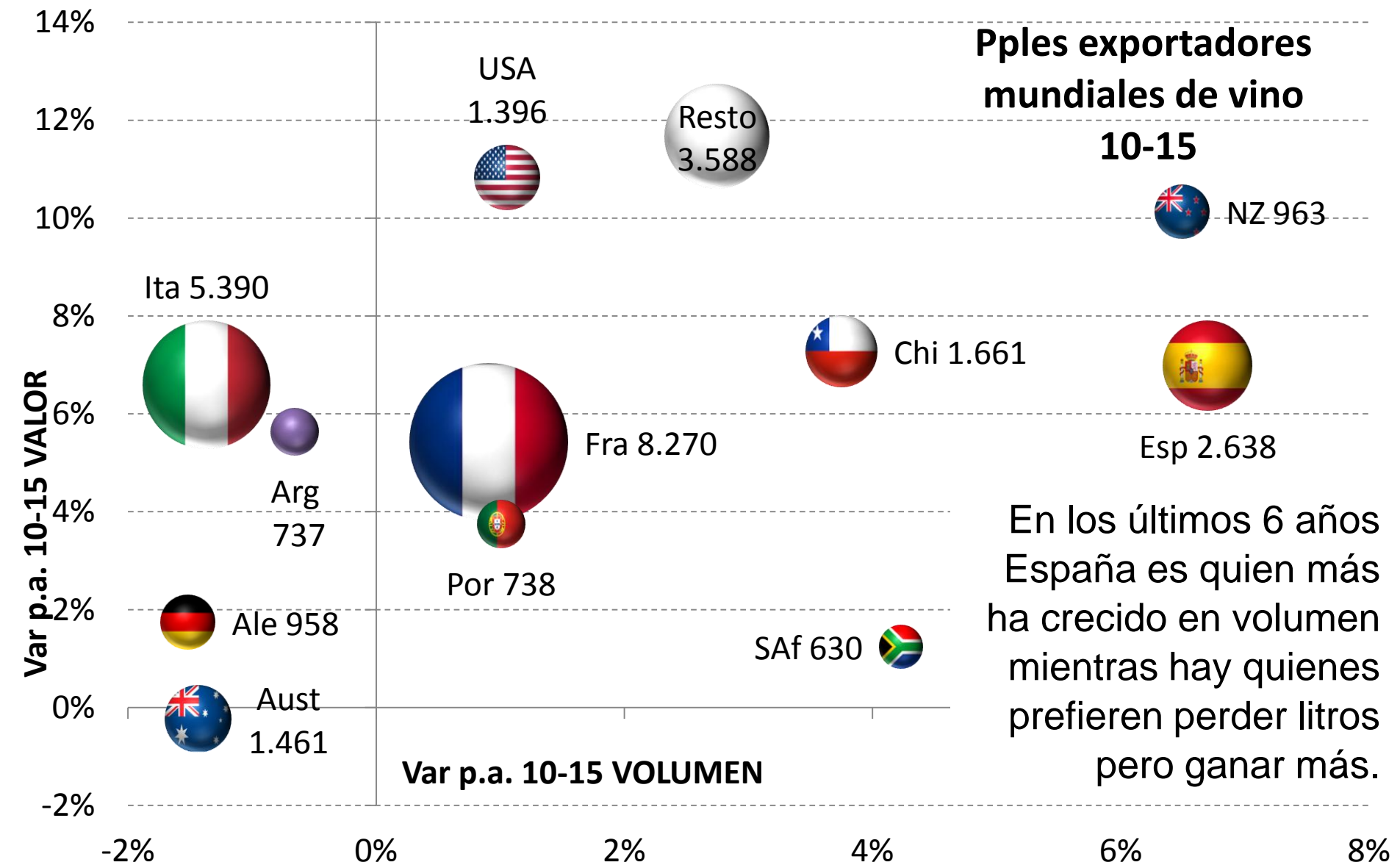
Tendencia?

Que muestra gran propensión exportadora



Pero no todos exportamos igual

Necesitamos exportar, pero también ingresar más...

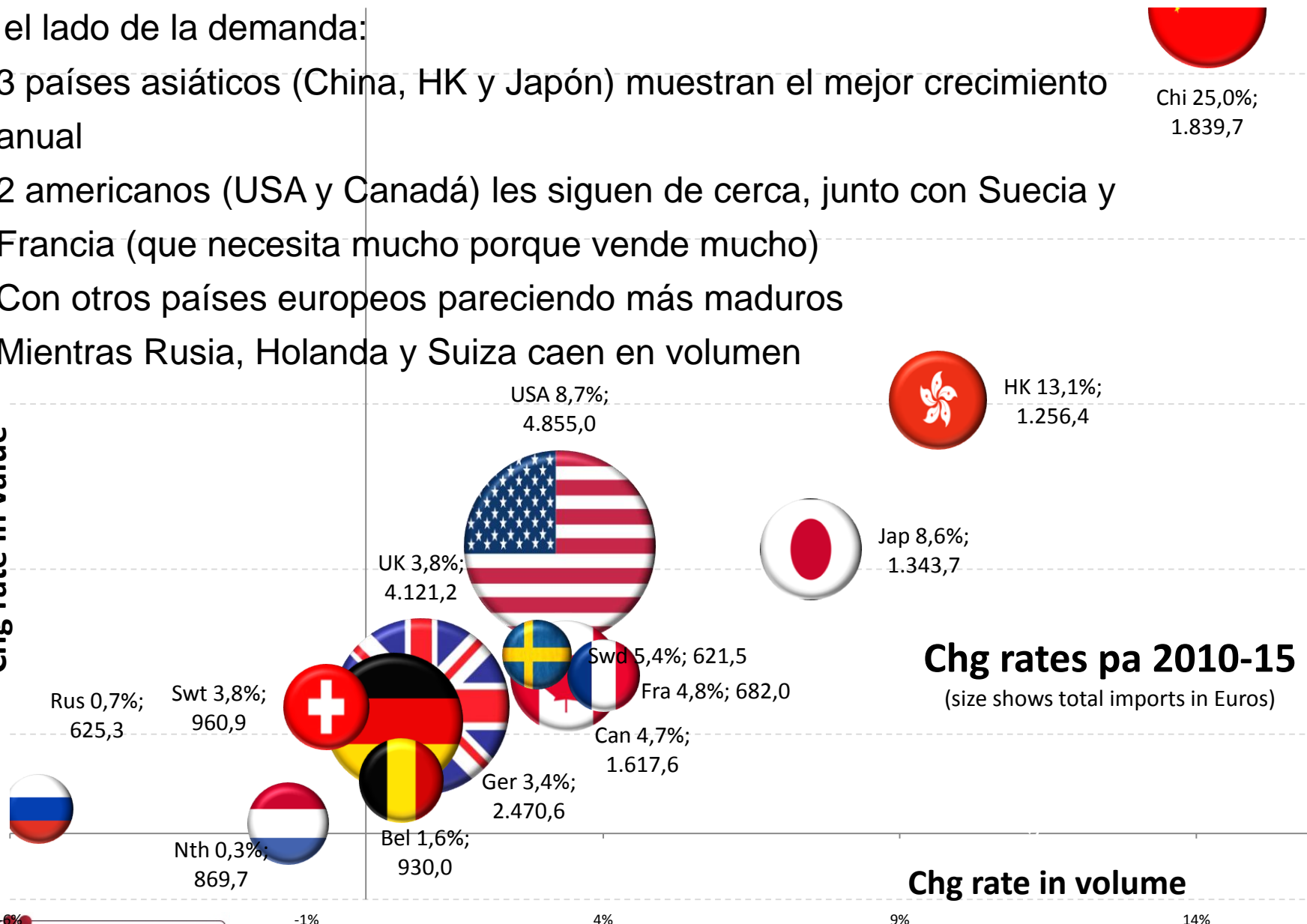


MERCADOS MUNDIALES: Principales importadores

En el lado de la demanda:

- 3 países asiáticos (China, HK y Japón) muestran el mejor crecimiento anual
- 2 americanos (USA y Canadá) les siguen de cerca, junto con Suecia y Francia (que necesita mucho porque vende mucho)
- Con otros países europeos pareciendo más maduros
- Mientras Rusia, Holanda y Suiza caen en volumen

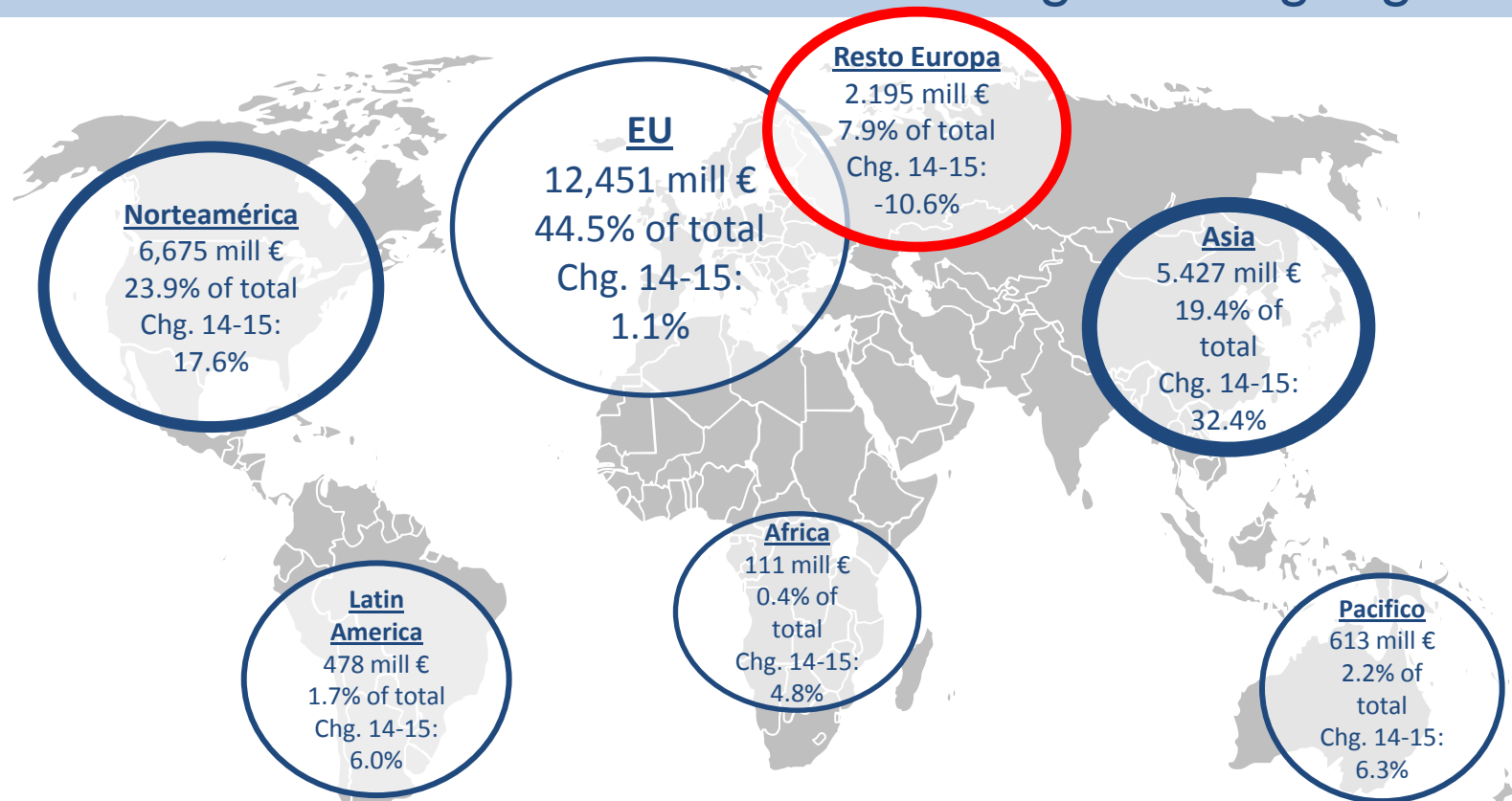
Chg rate in value



Chg rates pa 2010-15
(size shows total imports in Euros)

Chg rate in volume

MERCADOS MUNDIALES: Por áreas grandes geográficas



- Los cambios en importaciones de China, Hong Kong (mucho para re-exportación) y Japón contribuyen al aumento de Asia
- México, USA and Canadá crecen a doble dígito cada uno en Euros, probablemente influidos por los tipos de cambio
- La caída de Rusia lleva a menores compras en la Europa no UE...
- ... que sigue siendo el mayor importador mundial de vino
- Mientras las importaciones en América Latina, África y Pacifico siguen bajas

MERCADOS MUNDIALES: Algunas tendencias mundiales

- 1) Menores existencias – tras la gran cosecha del 2013 – llevan a la mejora del valor de las exportaciones en un mercado más equilibrado
- 2) Los vinos espumosos en valor, junto con el granel en volumen ganan cuota de mercado frente a los envasados, que se venden en menor cantidad pero a más altos precios medios
- 3) Año tras año distinguimos entre mercados maduros – básicamente en Europa – y de alta velocidad – básicamente en Asia y Norteamérica – lo que implica que nuevos consumidores con nueva visión del vino y hábitos son cada vez más importantes.

LA DISTRIBUCIÓN ES CLAVE:

UK es el 12º exportador mundial, seguido de HK, Singapur, China y Holanda

PERO TAMBIÉN:

LA RENTABILIDAD ES LA GRAN PREOCUPACIÓN

A la búsqueda de más vinos premium espumosos y envasados

y menores costes en los más básicos

Última Hora El PIB de España avanzó un 0.8% en el primer trimestre de 2016

Economía

España recibió a 68,1 millones de turistas en 2015, un nuevo máximo histórico

» Según el INE, sólo en el último mes del año pasado la afluencia de visitantes extranjeros se disparó un 7,6%

TURISTAS EXTRANJEROS >

El turismo en España sigue imparable: en enero crecen el 11,2% las llegadas

AMBICIÓN DE TRILOGÍA PERFECTA Y TAPAS

Eno-
turismo

Venta
directa

Fideli-
zación



 **Jornadas AgroBank**
CaixaBank

**El futuro del
sector vitivinícola**

10 de junio de 2016

De 10 a 14 h

CaixaForum Barcelona

Av. de Francesc Ferrer i Guàrdia, 6-8
08038, Barcelona

O^eM_v

Observatorio ESPAÑOL
del Mercado del VINO

Mucha más
información en:
www.oemv.es



Gracias

Tendencias y oportunidades
en los mercados
internacionales del vino

Rafael del Rey

Observatorio ESPAÑOL del Mercado del VINO

 **Wine in Moderation.eu**

Art de Vivre

El VINO solo se DISFRUTA
con MODERACIÓN

AgroBank
Barcelona, 10 junio 2016