



AgroBank

O^eM_v

Observatorio ESPAÑOL
del Mercado del VINO

*Los mercados internacionales
para el vino.
Tendencias y perspectivas*

Rafael del Rey

Observatorio ESPAÑOL del Mercado del VINO

2016 ha sido un buen año para el vino español

RETOS

Mejora del consumo
en España

Mejora del valor en
exportación

RESULTADOS 2016

+ 4,1% (Nielsen 2016)
+7,8% en euros

+ 7,1%
(precio export vinos dic 2016)

Resultados bodegas
Resultados cadena de valor



Inversión

Mercados internacionales



Mercados internacionales

Evolución del
comercio exterior

Tendencias

Perspectivas

- Qué representamos?
- Cómo ha evolucionado?
- Qué exportamos?

Mundial

España

Cataluña

El comercio exterior - Qué representamos?

DATOS EXPORT VINO Y MOSTO (mill € - ltrs - €/l)

Mundo	Val.	29.010,7 M€
	Vol.	10.180,7 Ml.
	Precio	2,85 €/l

España	Val.	2.701,4 M€
	Vol.	2.292,1 Ml.
	Precio	1,18 €/l

Cataluña	Val.	602,1 M€
	Vol.	219,1 Ml.
	Precio	2,75 €/l

- ✓ España representa el 9,3% del valor total de las exportaciones y el 22,5% del volumen a un precio inferior a la mitad del mundial
- ✓ Cataluña supone el 22,3% del valor de España y cerca del 10% del volumen a un precio que es un 133% superior a la media española y un 172% del resto de España (España sin Cataluña)
- ✓ Cataluña supone el 2,1% de las exportaciones mundiales en euros y el 2,2% del volumen total mundial, a un precio medio ligeramente inferior a la media global

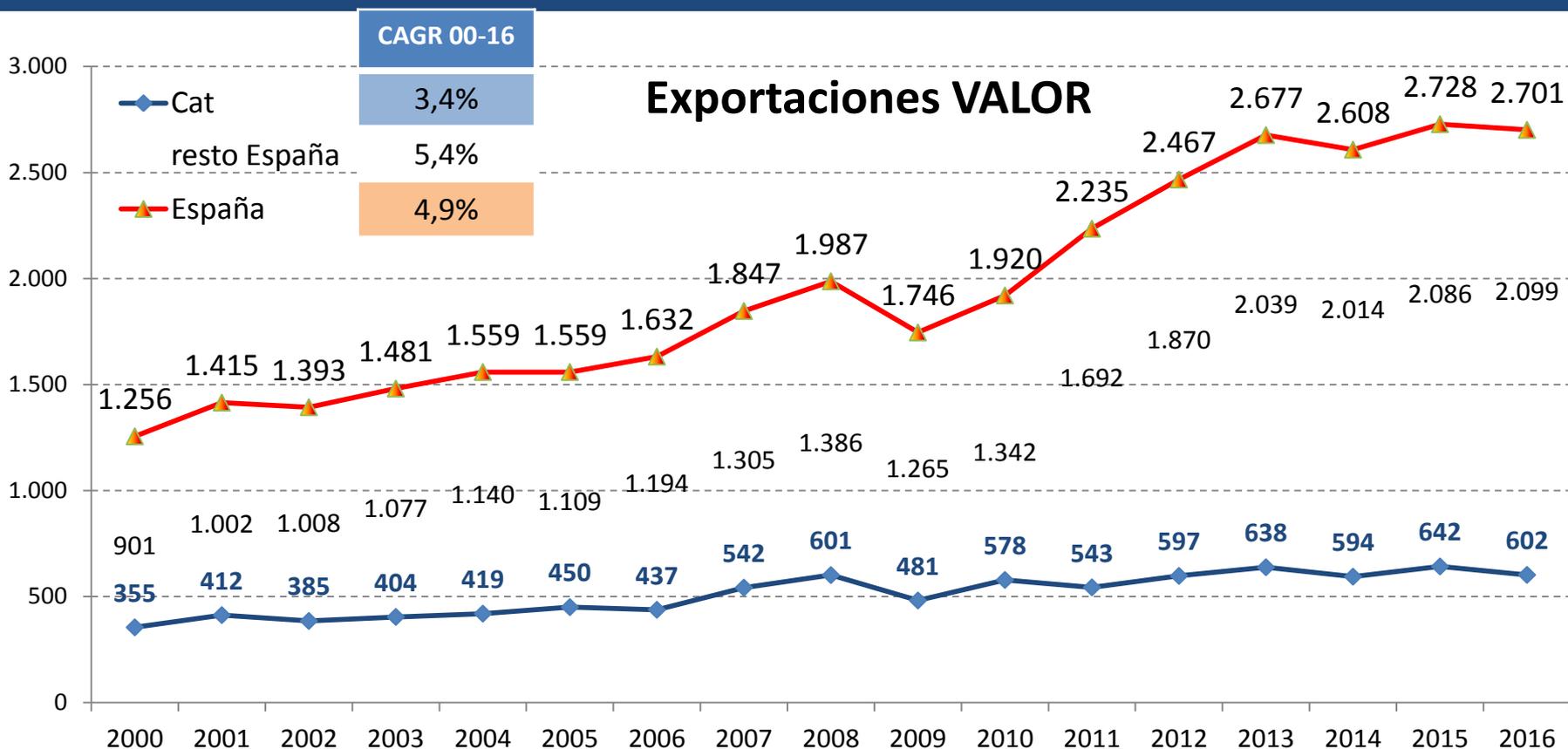
Val.	9,3%
Vol.	22,5%
Precio	41,5%

Val.	22,3%
Vol.	9,6%
Precio	233,1%

Val.	2,1%
Vol.	2,2%
Precio	96,5%

272,3%
Cat /
resto
España

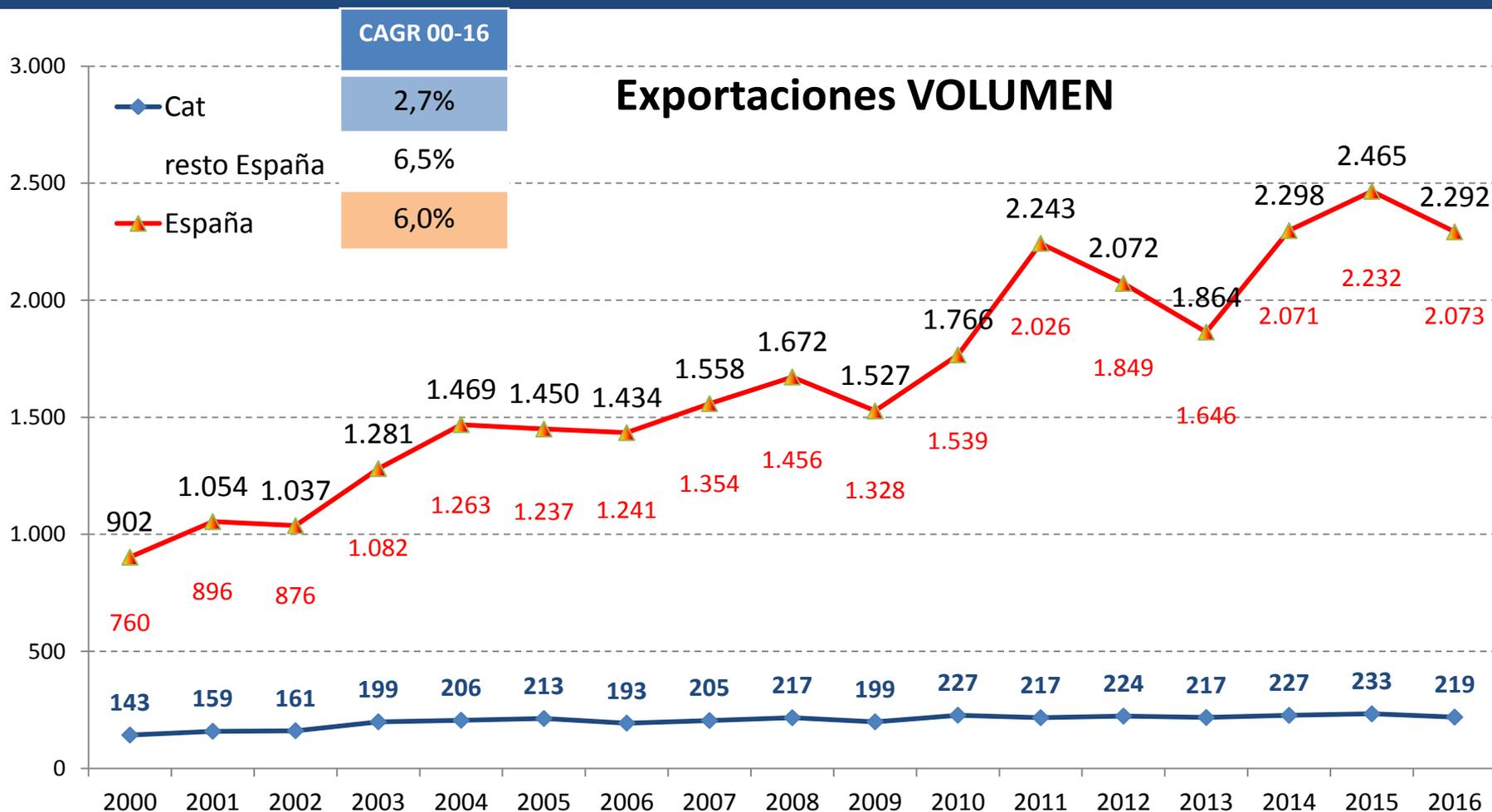
El comercio exterior – Como evolucionamos?



En cuanto a su evolución:

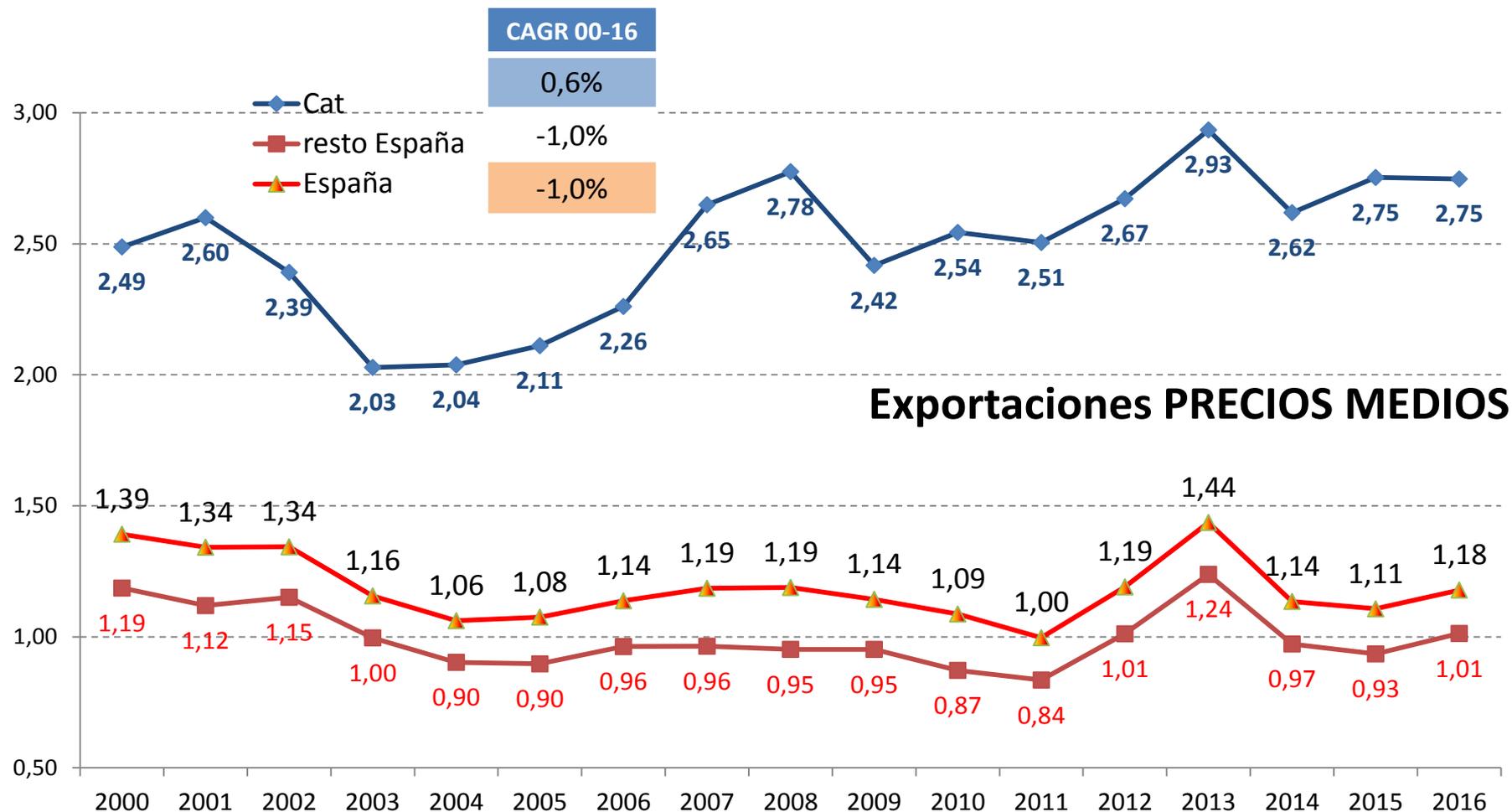
- ✓ Cataluña, con un crecimiento medio anual inferior al del resto de España (3,4% frente a 5,4%)..
- ✓ ... ha pasado a suponer el 22,3% del total de exportaciones españolas en euros (frente al 30% que suponía en 2008 o el 28,2% del 2000)...

El comercio exterior – Cómo evolucionamos?



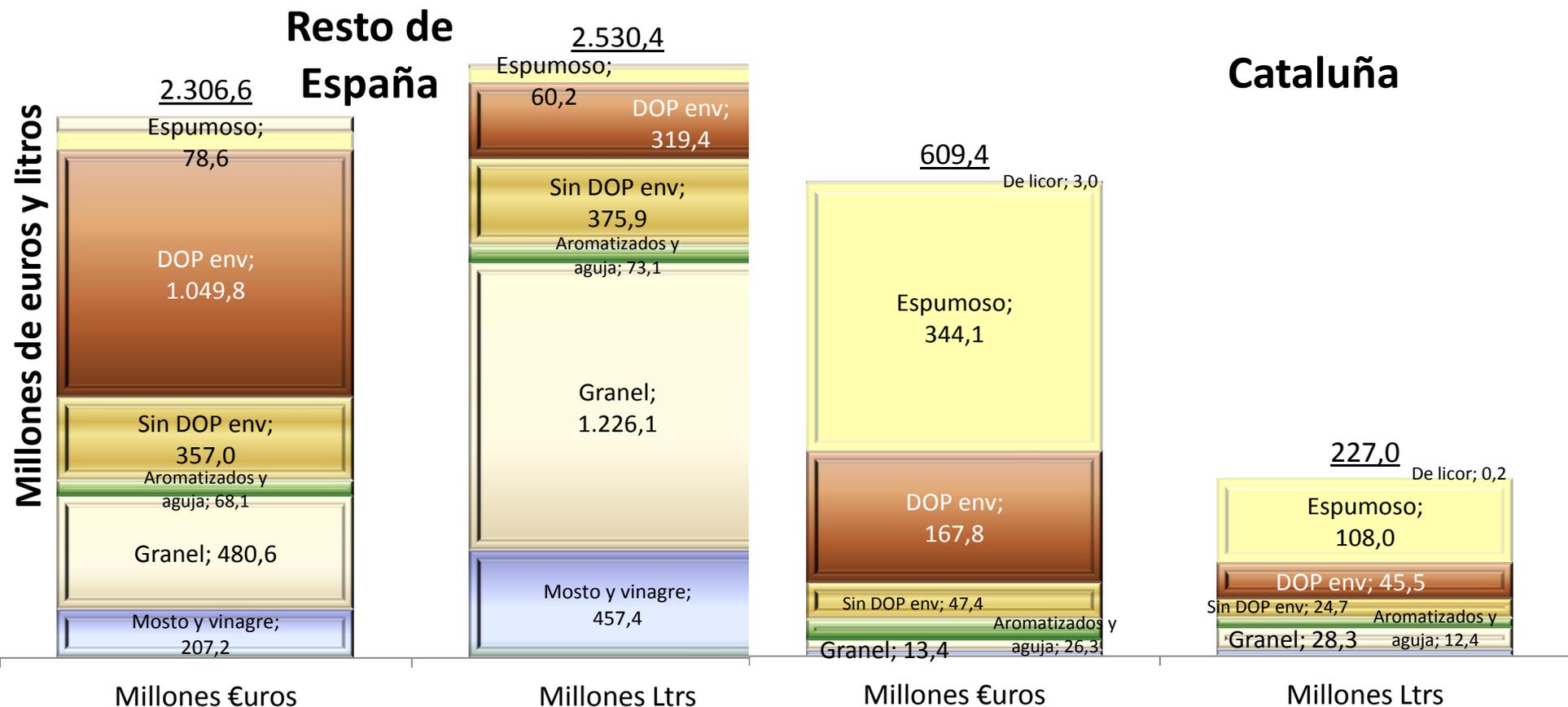
- ✓ Creciendo en volumen de exportación de vinos a menos de la mitad del ritmo del resto de España (2,7% frente a 6,5%)...
- ✓ ... pasa a suponer menos del 10% de las exportaciones españolas en litros, perdiendo 6 puntos de cuota en 17 años.

El comercio exterior – Cómo evolucionamos?



- ✓ Pero los precios medios de Cataluña se han mantenido muy por encima de la media
- ✓ ... mas que duplicando al conjunto del país, con oscilaciones similares

El comercio exterior – Qué exportamos?



Comparando Cataluña con el resto de España (sin incluir Cat):

- ✓ El 85% del valor de las exportaciones catalanas en valor son de espumosos y vinos DOP envasados
- ✓ Mientras en el resto de España tiene mucho peso el DOP en euros y el granel en litros
- ✓ Con importancia creciente del envasado sin DOP

Mercados internacionales



Mercados internacionales - Tendencias

Hacia el equilibrio

Hacia la bipolarización

Hacia la deslocalización del
consumo

Hacia el equilibrio



- Aprendemos a limitar las fluctuaciones de producción
 - Y esa estabilidad es esencial para generar valor
 - El mundo depende mucho de la estabilidad en España
 - En España:
 - Donde rigen las DOPs, la fluctuación es menor
 - Y se han generalizado las carteras diversificadas
 - OJO!! Los excesos se transmiten a todos
- Rentabilidad
 - Imagen

Mercados internacionales - Tendencias

Hacia el equilibrio

Hacia la bipolarización

- En vinos tranquilos
- En espumosos

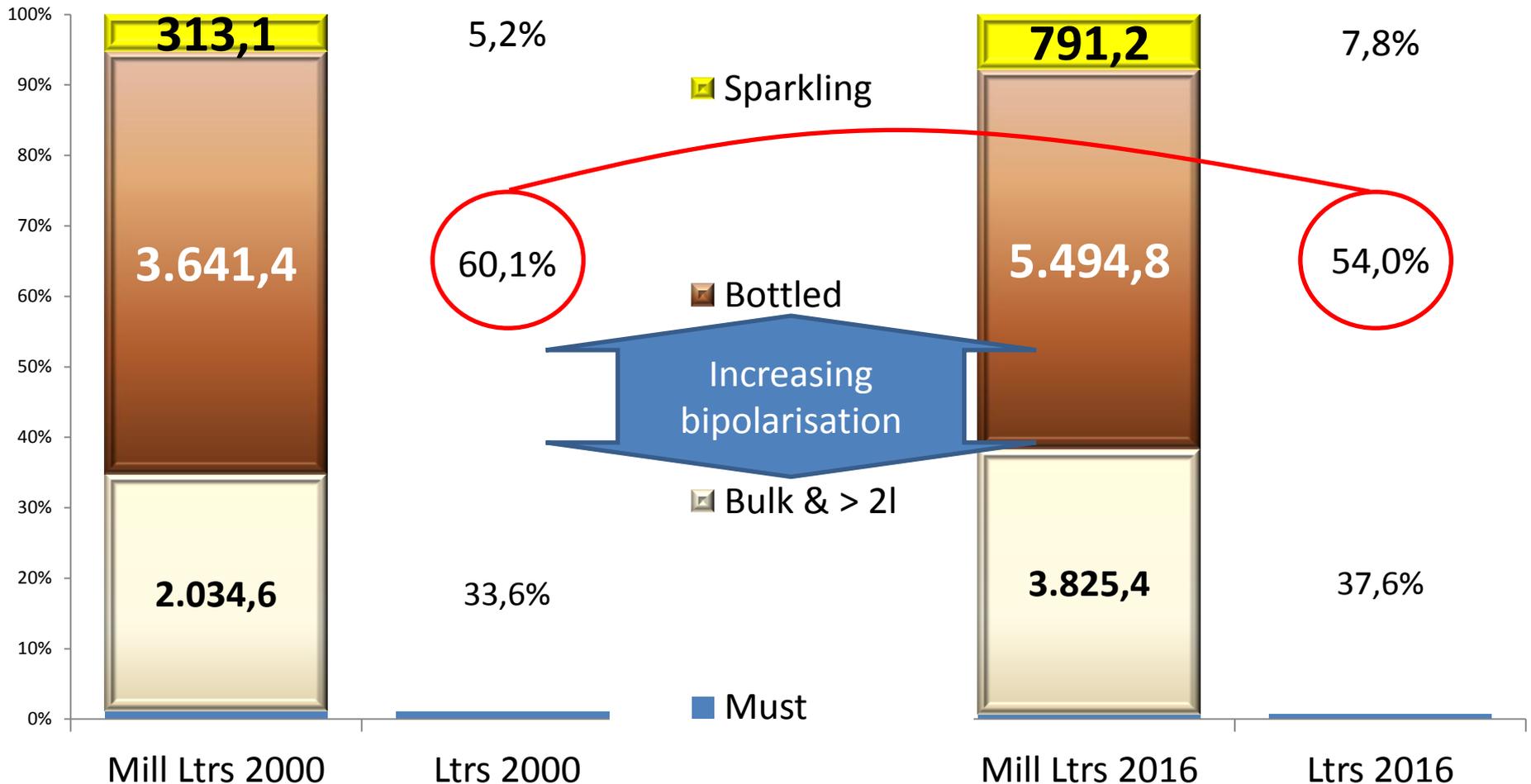
Hacia la deslocalización del consumo

Mercados internacionales - Tendencias

Hacia la bipolarización

- En vinos tranquilos
- En espumosos

Mix de Producto- VOLUMEN

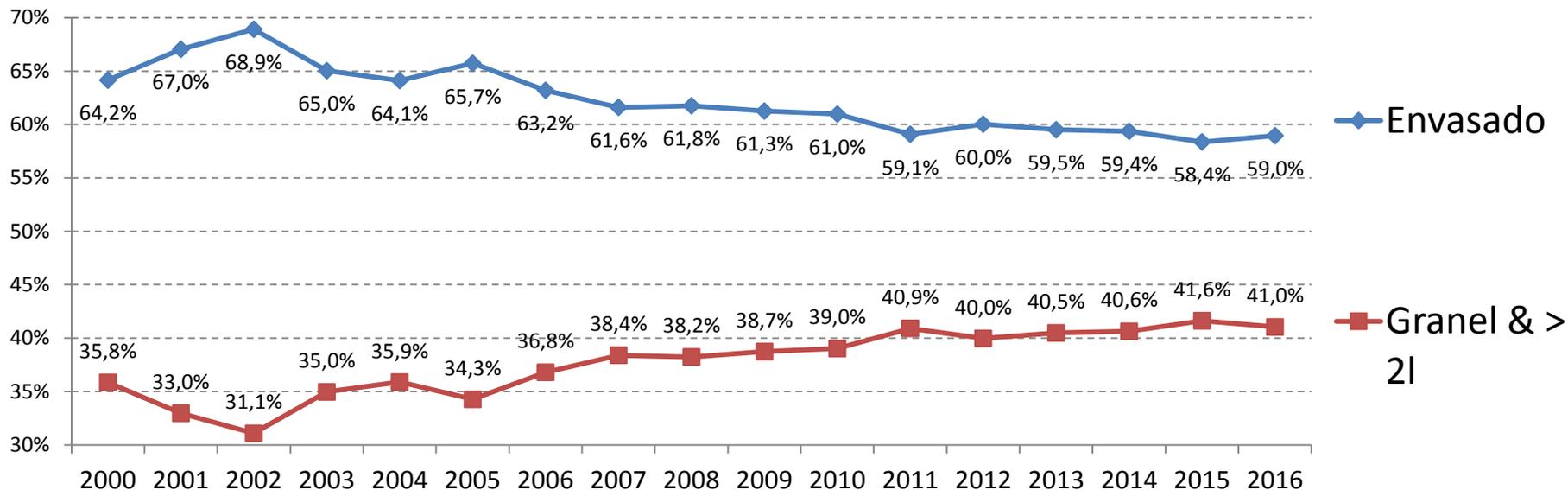


Mercados internacionales - Tendencias

Hacia la bipolarización

■ En vinos tranquilos

■ En espumosos



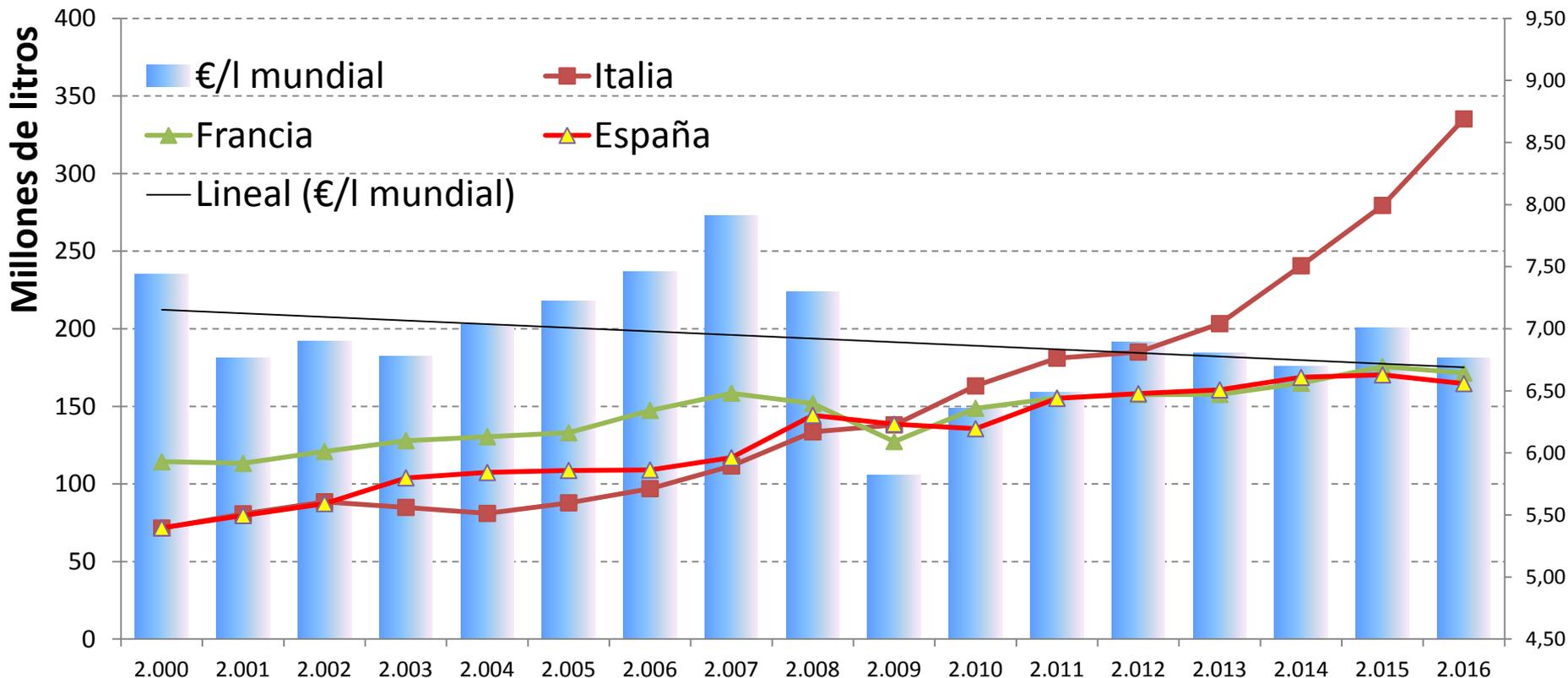
Dentro de los vinos no espumosos:

- ✓ Una parte muy importante del volumen (no sólo España) se envía a granel
 - ✓ Granel base para elaboración y DISTRIBUCIÓN
 - ✓ Granel de precio medio más elevado para distribución a cliente final
- ✓ Los envasados (entre ellos los premium) son una parte menor del total
 - ✓ Pero fundamental en valor

Mercados internacionales - Tendencias

Hacia la bipolarización

- En vinos tranquilos
- En espumosos**



Entre los espumosos:

- ✓ Los precios medios se “popularizan”
- ✓ Al tiempo que detectamos dos tipos de espumosos evolucionando de forma diferente

Mercados internacionales - Tendencias

Hacia la bipolarización

- En vinos tranquilos
- En espumosos

Luego...

- ✓ Conocer bien los mercados y cómo evolucionan
 - ✓ Requisitos de éxito en cada mercado
 - ✓ Tamaño de cada mercado y segmento de mercado
- ✓ Conocer y entender al consumidor
 - ✓ Quien es?
 - ✓ Dónde está?
 - ✓ Qué quiere? (vinos frescos, agradables,... especiales, raros, clásicos...)
- ✓ Elegir en qué liga jugamos...
 - ✓ O como jugamos en todas ellas

Muchos millones de personas quieren vinos agradables, sencillos y seguramente algo más dulces, y si puede ser a buen precio, mejor.

Gestión de
CARTERA DE PRODUCTOS

Mercados internacionales - Tendencias

Hacia el equilibrio

Hacia la bipolarización

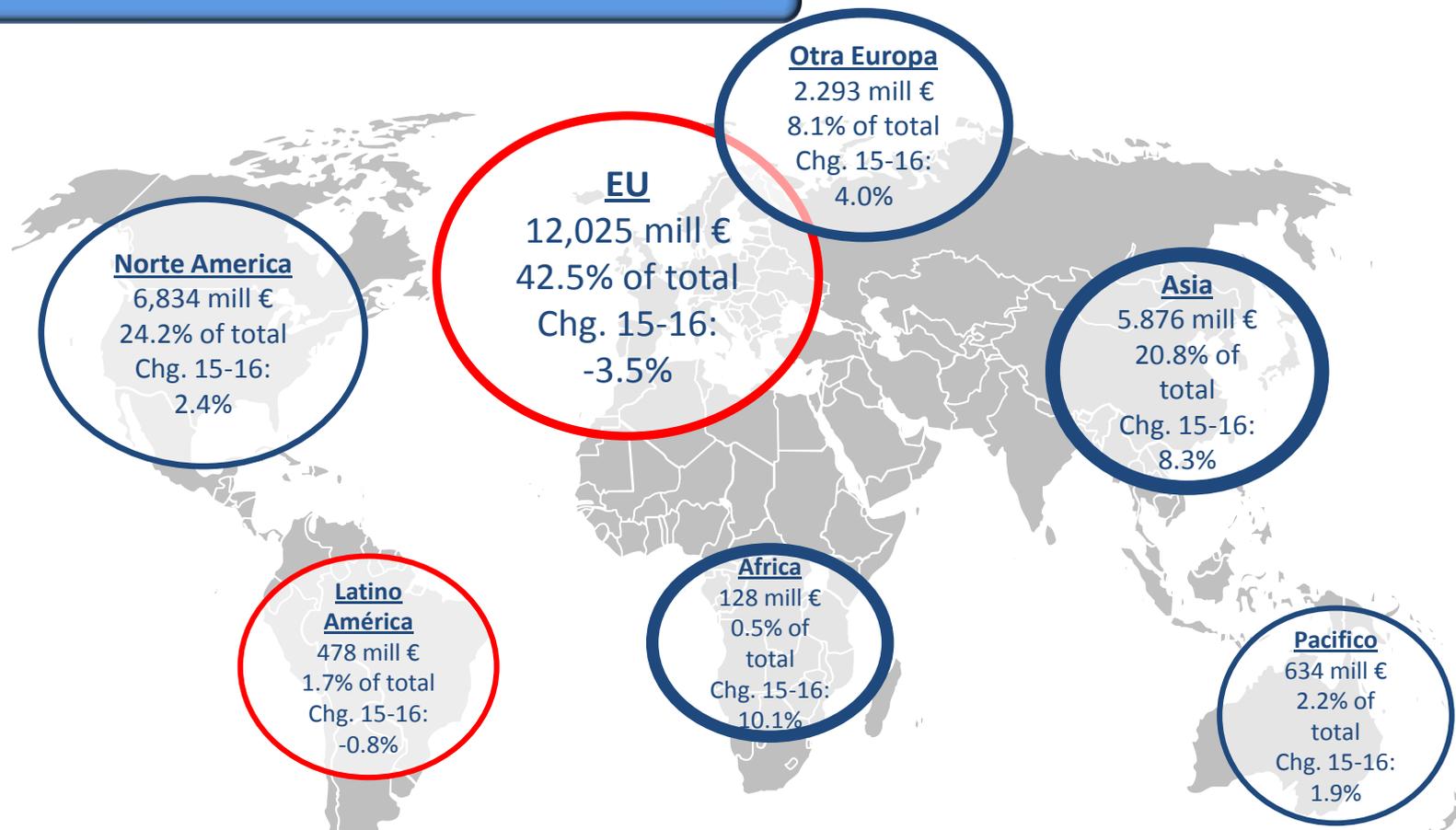
Hacia la deslocalización del consumo

- De la vieja Europa y los países productores...
- ... hacia Norteamérica y Asia

Mercados internacionales - Tendencias

Hacia el cambio de clientes

❑ Quien importa?



El consumo de vino está cambiando en el mundo, trasladándose de la vieja Europa hacia Norteamérica y Asia.

Mercados internacionales - Tendencias

Durante los últimos 17 años Asia y América del Norte lideran las importaciones, junto con la errática Rusia → la mayor parte de la producción permanece en Europa, mientras que el consumo se aleja → nuevos consumidores → nuevas maneras de vender.

China
30,4%;
2.142,9

HK 21,2%; 1.404,9

Mayor precio

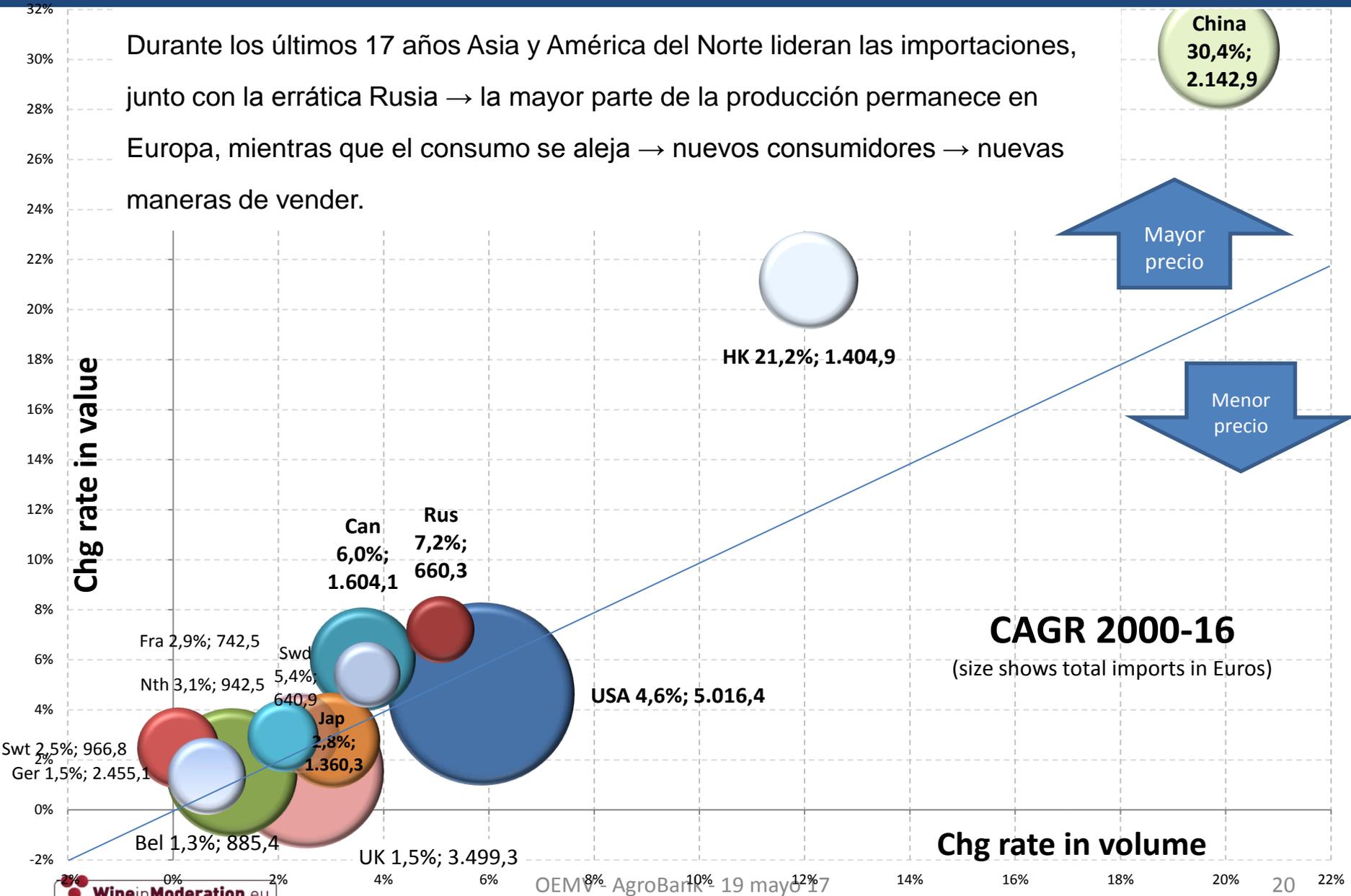
Menor precio

CAGR 2000-16

(size shows total imports in Euros)

Chg rate in value

Chg rate in volume



Mercados internacionales - Tendencias

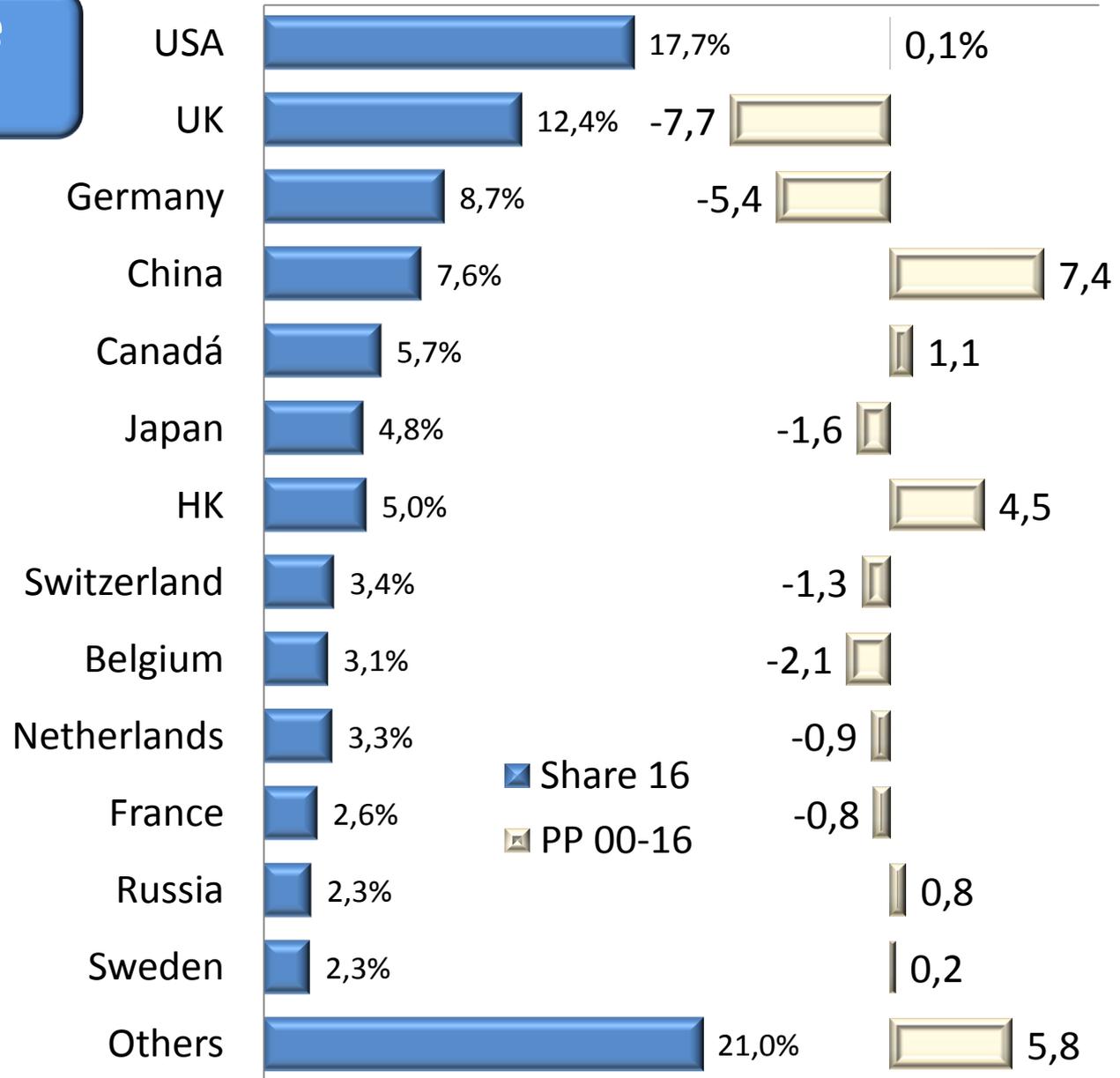
Hacia el cambio de clientes

CUOTA DE MERCADO EN VALOR:

En 17 años las importaciones mundiales de vino (consumo?) claramente se están alejando de Europa.

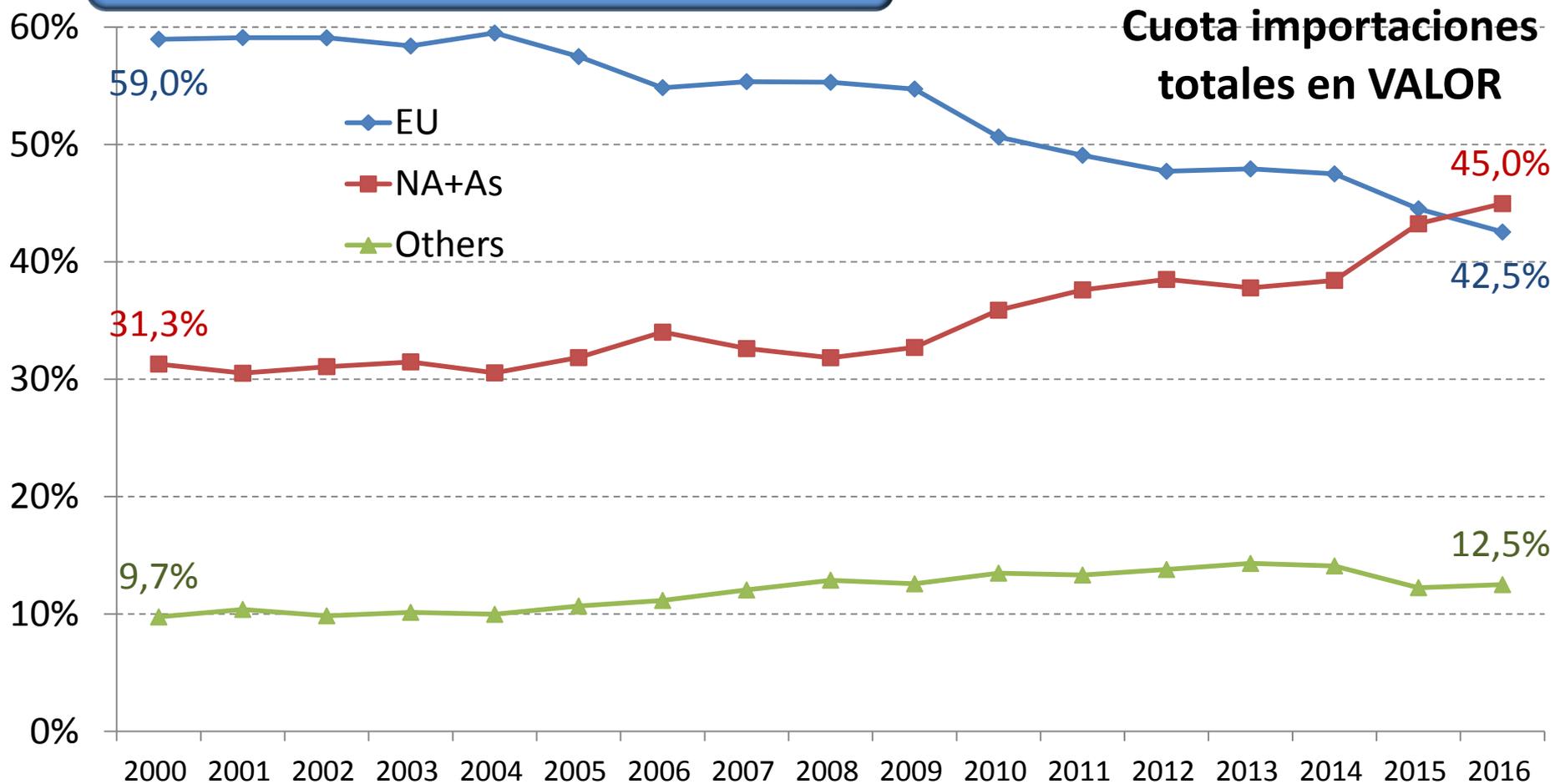
El mercado está menos concentrado, con 11 principales países que representan el 79% del total (85% en 2000), pero

- En China, Hong Kong y, en menor medida, Canadá, Rusia, Suecia y EE.UU. aumenta la cuota de mercado.
- Mientras que otros europeos, junto con Japón pierden.



Mercados internacionales - Tendencias

Hacia el cambio de clientes



Incluso, por grandes grupos y cogiendo el total de sus importaciones (también intra-grupo) el combinado de Asia-Norteamérica supera ya a Europa como gran importador en euros...

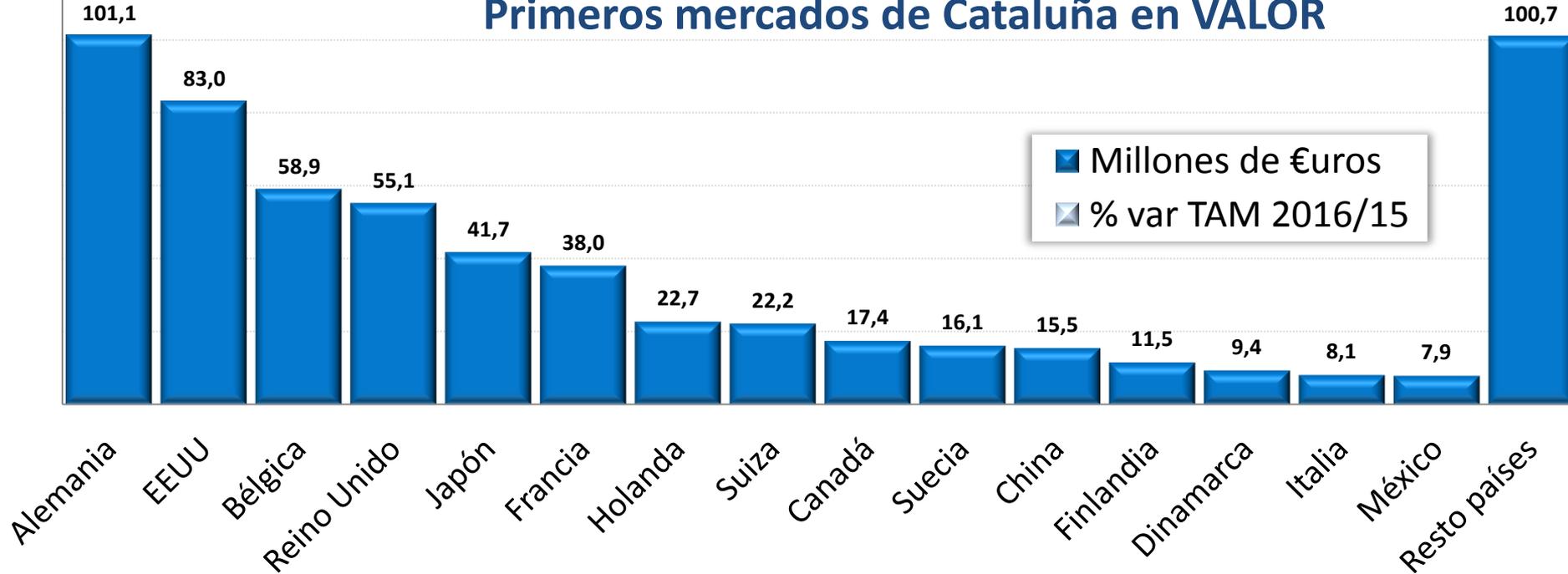
Mercados internacionales - Tendencias

Hacia el cambio de clientes

Cataluña



Primeros mercados de Cataluña en VALOR

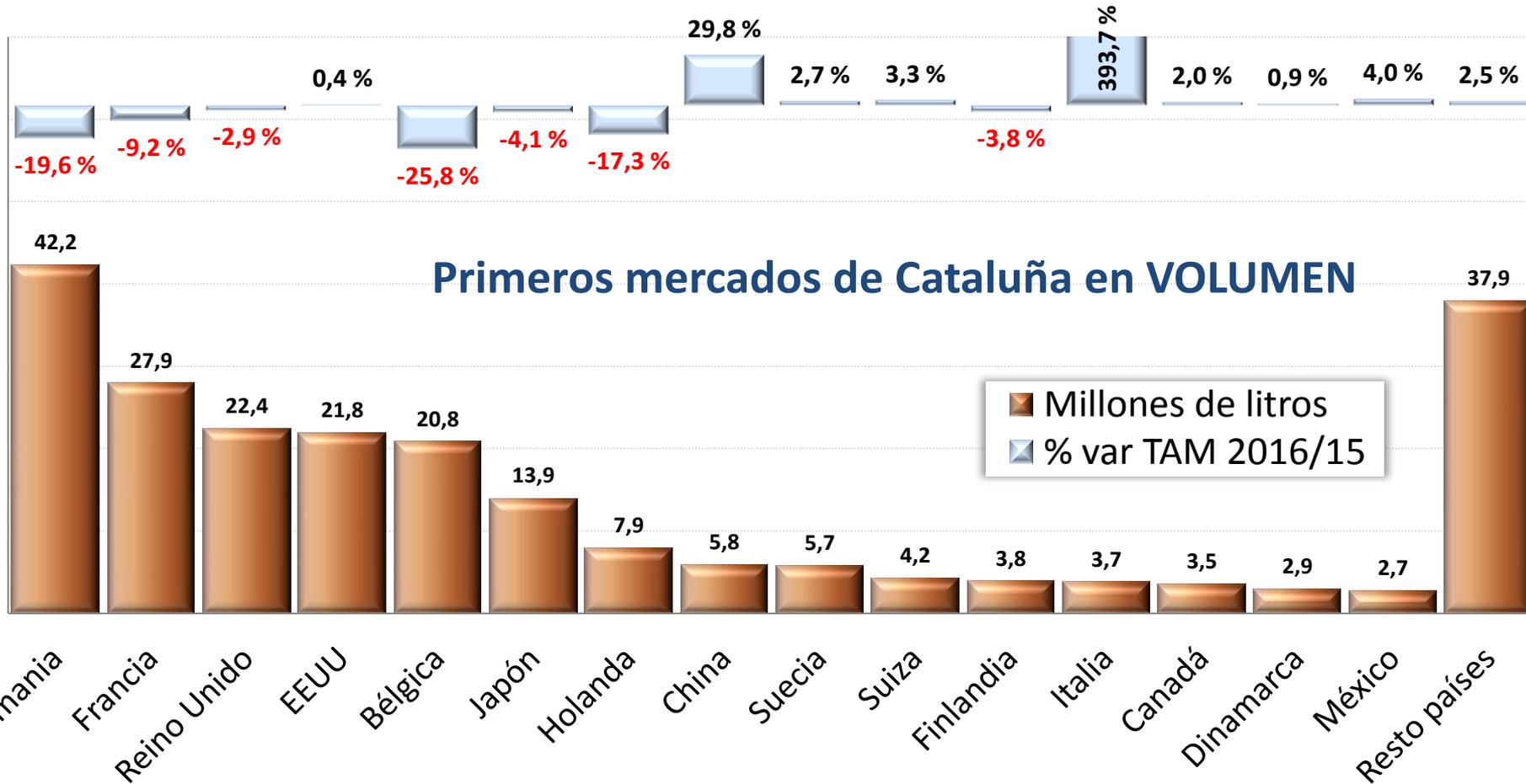


Para el espumoso – y, por lo tanto, para Cataluña – las cosas son algo diferentes: aunque también crecen EEUU y Canadá (0,3% y 0,1%), mucho más China pero no Japón y este año mucho Italia, Francia y Suecia.

Mercados internacionales - Tendencias

Hacia el cambio de clientes

Cataluña



En volumen, de nuevo Italia crece exponencialmente este año (x4) y va muy bien China, junto con Suiza, Suecia, México y en menor medida EEUU y Canadá.

Mercados internacionales - Tendencias

Hacia el cambio de clientes

Luego, en todo caso y de forma general,...

- ✓ Si queremos seguir produciendo mayoritariamente nosotros...
- ✓ ... pero el consumo se desplaza hacia nuevos lugares, nuevos consumidores, con distinta aproximación al vino...
- ✓ ... habrá que conocerles mejor
- ✓ Y llevárselo → DISTRIBUCIÓN
- ✓ Y dárselo a conocer → IMAGEN / PROMOCIÓN

Comerciales
Viajes
OCM Promoción

Por cierto, para ese consumo tanta o más importancia que el líquido (vino) tiene lo que transmite el producto.



Mercados internacionales

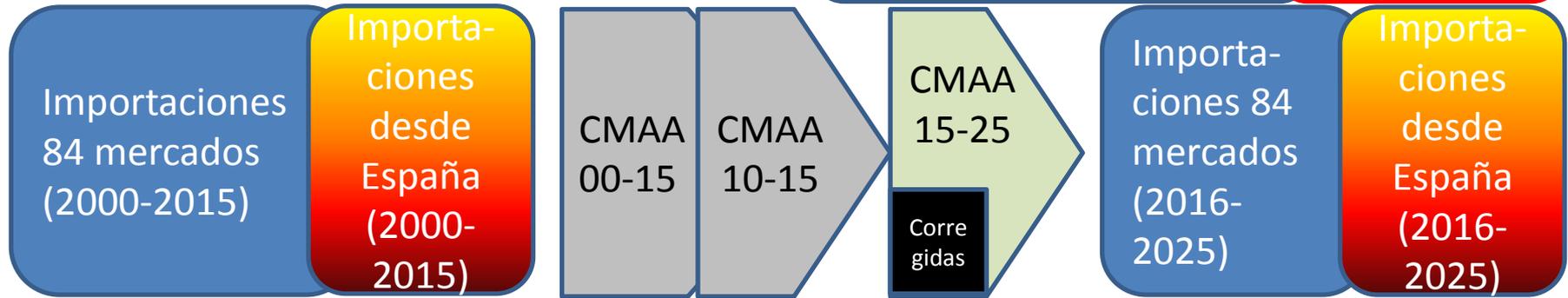


Mercados internacionales - Perspectivas

MAPAMA 2016
¿Qué hemos hecho?

¿Cuánto vino se importará en el mundo en 2025?

¿Cuánto será español?

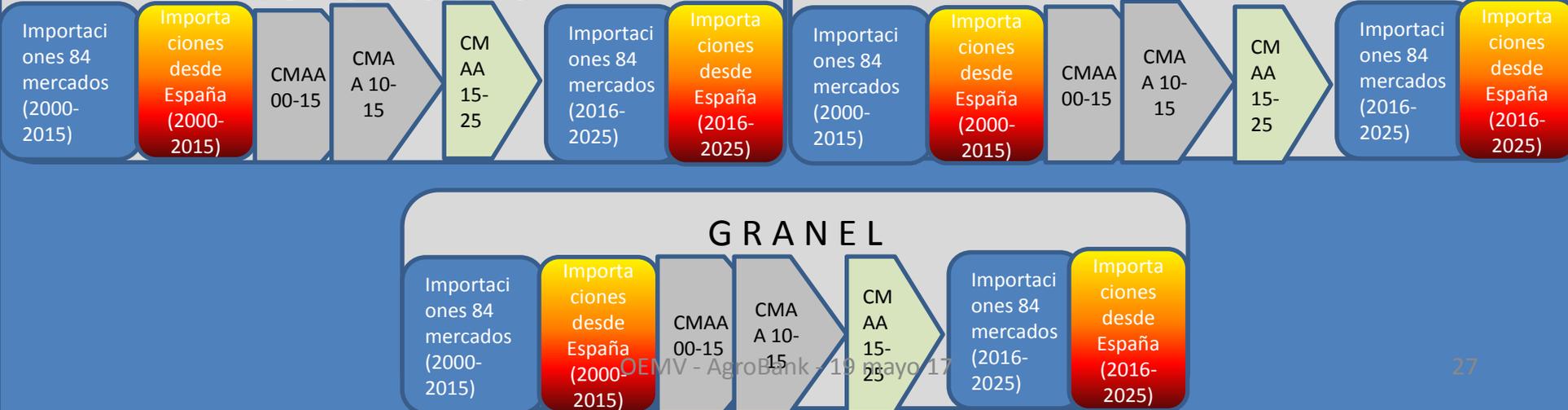


VALOR – VOLUMEN – PRECIOS MEDIOS

ESPUMOSOS

ENVASADOS

GRANEL



Mercados internacionales - Perspectivas

MAPAMA 2016

¿Qué hemos hecho?

¿Cuánto vino

Y los precios medios deben ser razonables

Y la cuota española en cada mercado, para cada tipo de producto, debe ser razonable

2015)

mercados
(201

desde

In
or
me
(20
20

(2000-
2015)

España
(2000-
2015)

CMAA
00-15

CMA
A 10-
15

CMA
AA
15-
25

importaci
ones 84
mercados
(2016-
2025)

importa
ciones
desde
España
(2016-
2025)

CEMV - AgroBank - 19 mayo 17

Por tipo de vino

Estimamos, en términos de VOLUMEN, que:

- Los vinos espumosos mundiales seguirán su buena marcha reciente hasta superar los 11,4 mill Hlts en 2025
- Los envasados se recuperarán
- Mientras el granel evoluciona por debajo del ritmo 00-15

Dentro de ello, España:

- Debe aprovechar el tirón de los espumosos
- Crecer más en envasados
- Y algo menos en granel

Por tipo de vino

En términos de VALOR, esperamos que:

- Crezca el espumoso pero algo menos ahora en valor
- Los envasados crezcan menos que los últimos 5 años
- el granel también se frene en valor

Dentro de ello, España:

- Mejora sus ventas de espumosos pero por debajo del mercado
- Supera al mercado en envasados
- Baja el ritmo del granel
- Para aumentar algo su cuota hasta el 10,4% del total mundial.

Por tipo de vino

Como resultado de todo ello, los PRECIOS MEDIOS:

Pueden crecer algo más en un futuro algo mejor que el suf... (más por cambio de mix que en cada tipo de vino)

Con los espumosos a bajo ritmo (0,5%)

Envasados creciendo menos que el espumoso (1,2%)

Y granel

Den... mix (más envasados):

Me... espumoso por encima del mercado (0,7% vs. 0,5%)

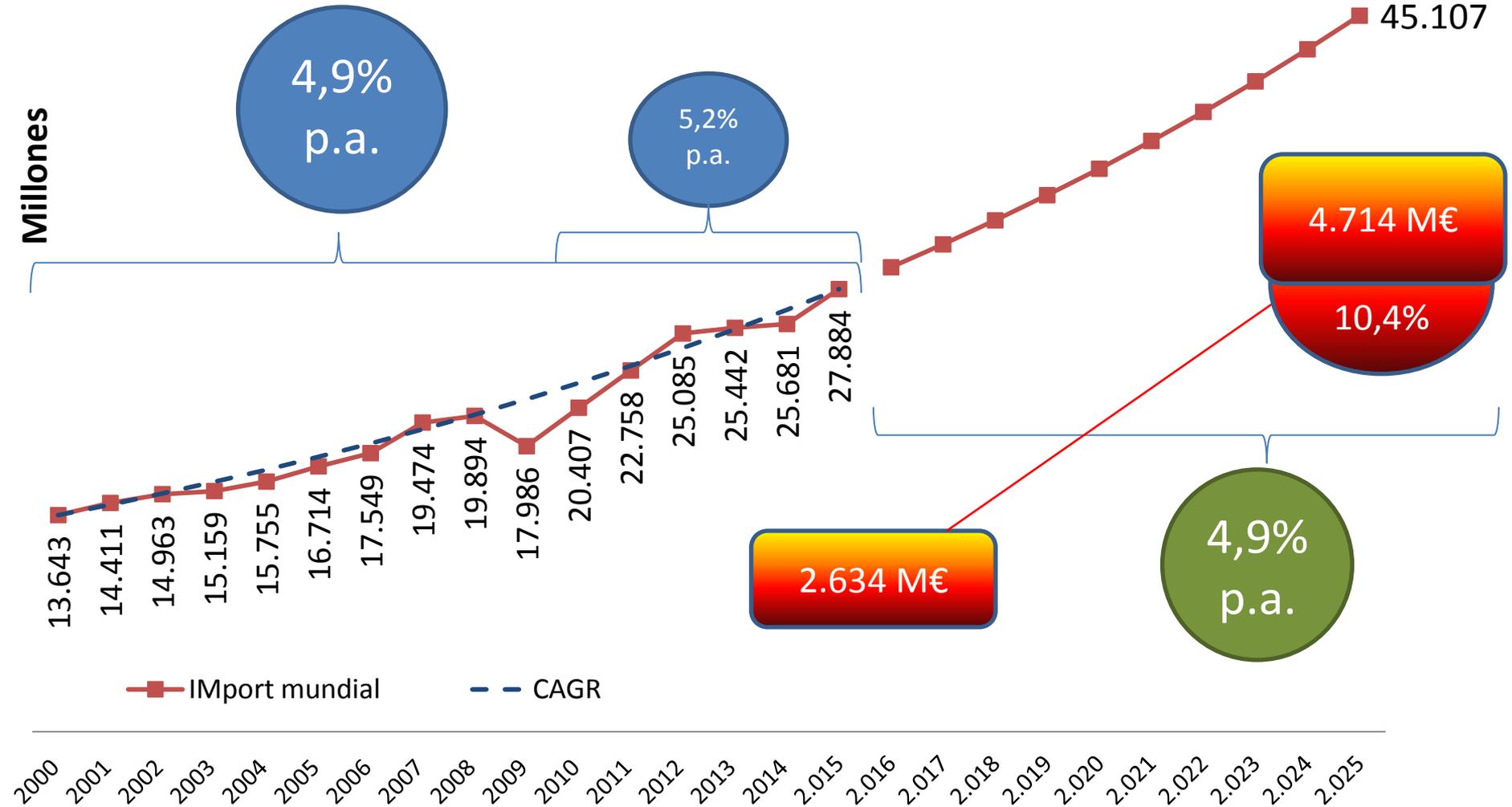
Y pu... el envasado

Manteniendo muy estable el granel aunque aún por debajo del mercado

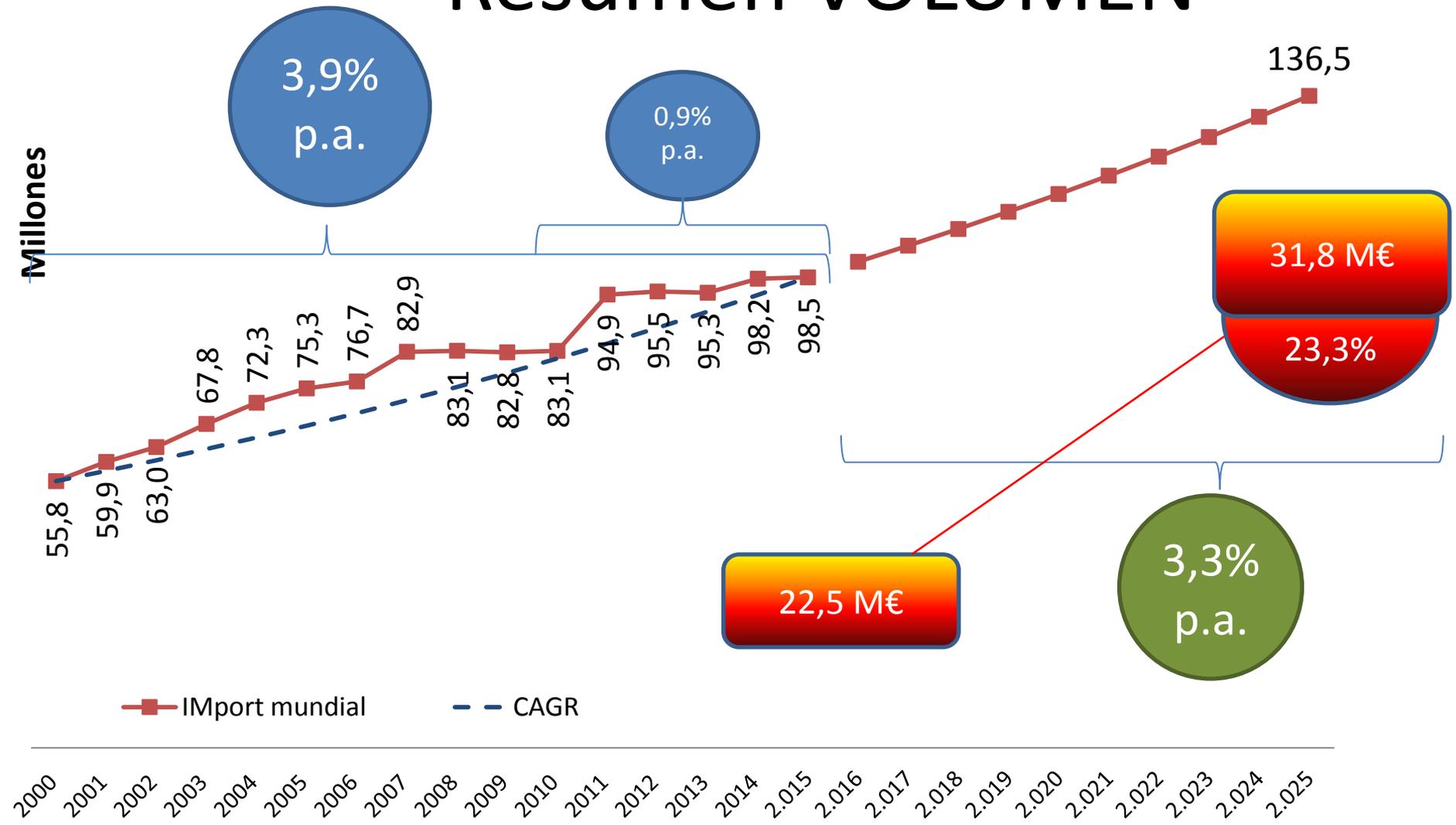
Hasta acercarse a la mitad del precio mundial (44,8%).

Y todo ello, en 84 países individualizados

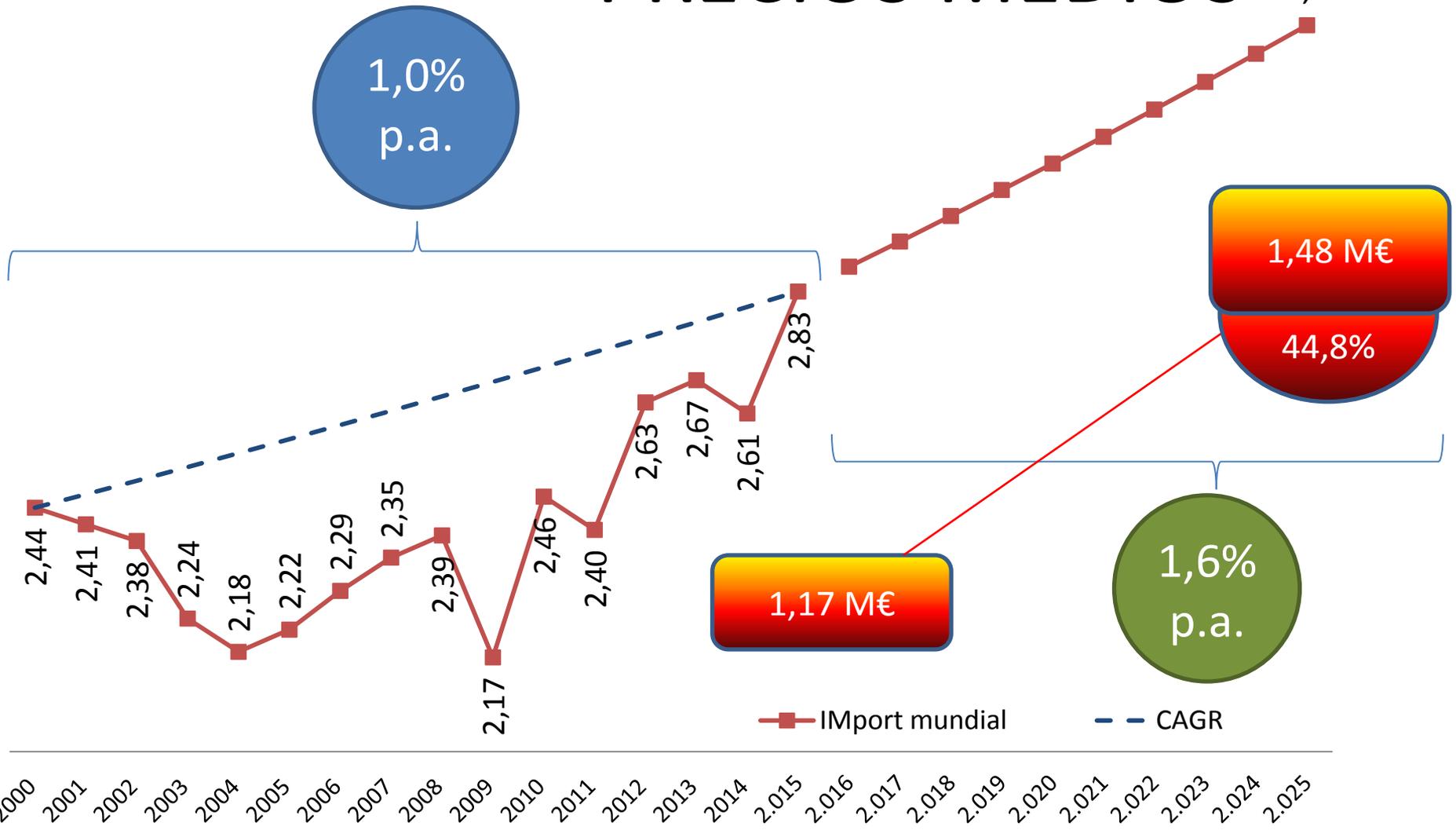
Resumen VALOR



Resumen VOLUMEN



PRECIOS MEDIOS



En definitiva... Consecuencias, tendencias y conclusiones

- España – y Cataluña – tenemos un papel líder en el vino mundial.
- El equilibrio entre lo que producimos y lo que somos capaces de vender es FUNDAMENTAL para conseguir rentabilidad (en un marco de carteras amplias).
- Hay una creciente polarización entre vinos premium – pocos y cada vez más caros – y vinos populares, incluyendo espumosos – aumentando, en fuerte competencia –.
 - Lo fundamental es cómo gestionar carteras con mezcla de distintos tipos de vinos
- El comercio mundial avanza – ahora algo más lentamente – pero sobre todo en Asia y Norteamérica (países terceros) aunque Italia está encontrando buenos clientes en EEUU y Reino Unido
- El reto está en generar valor, dentro – y aprovechando – estas tendencias

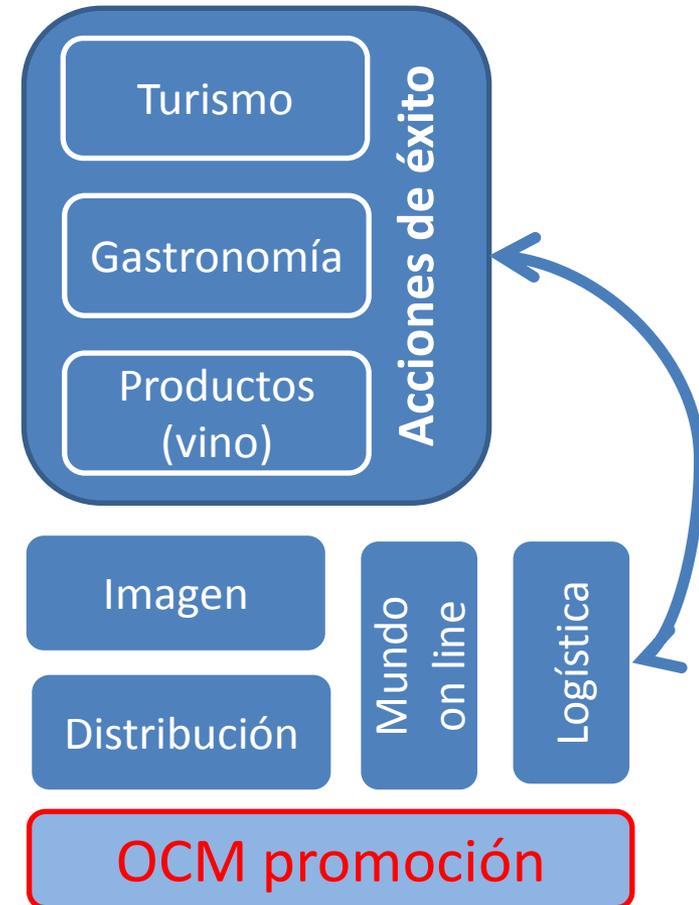
Tres apuntes finales:

RETO DE NUEVOS CONSUMIDORES
... que también vienen a España →
aprovechemos el turismo ligando...

RETO EN LA DISTRIBUCIÓN
Nuevas formas de acceso:

RETO DE POLARIZACIÓN:

- Optar y adecuarse
- Gestión de carteras amplias



O^eM^v

Observatorio ESPAÑOL
del Mercado del VINO



AgroBank

moltes gràcies

Más información en:

www.oemv.es

*Los mercados internacionales para el
vino español. Tendencias y perspectivas*



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, 19 mayo 2017