



**AgroBank**

**O<sup>e</sup>M<sub>v</sub>**

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

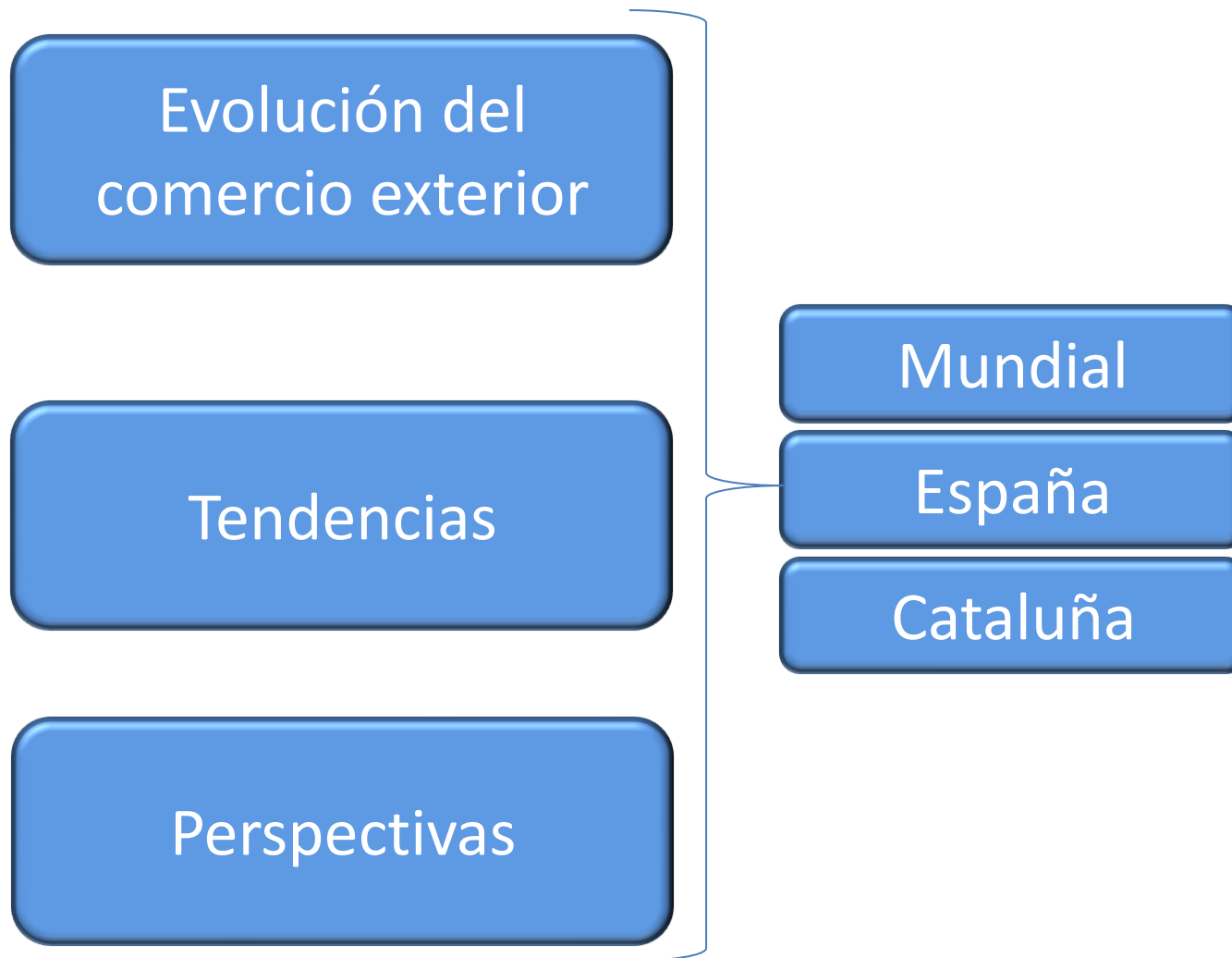
+ 7,1%  
(precio export vinos dic 2016)

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

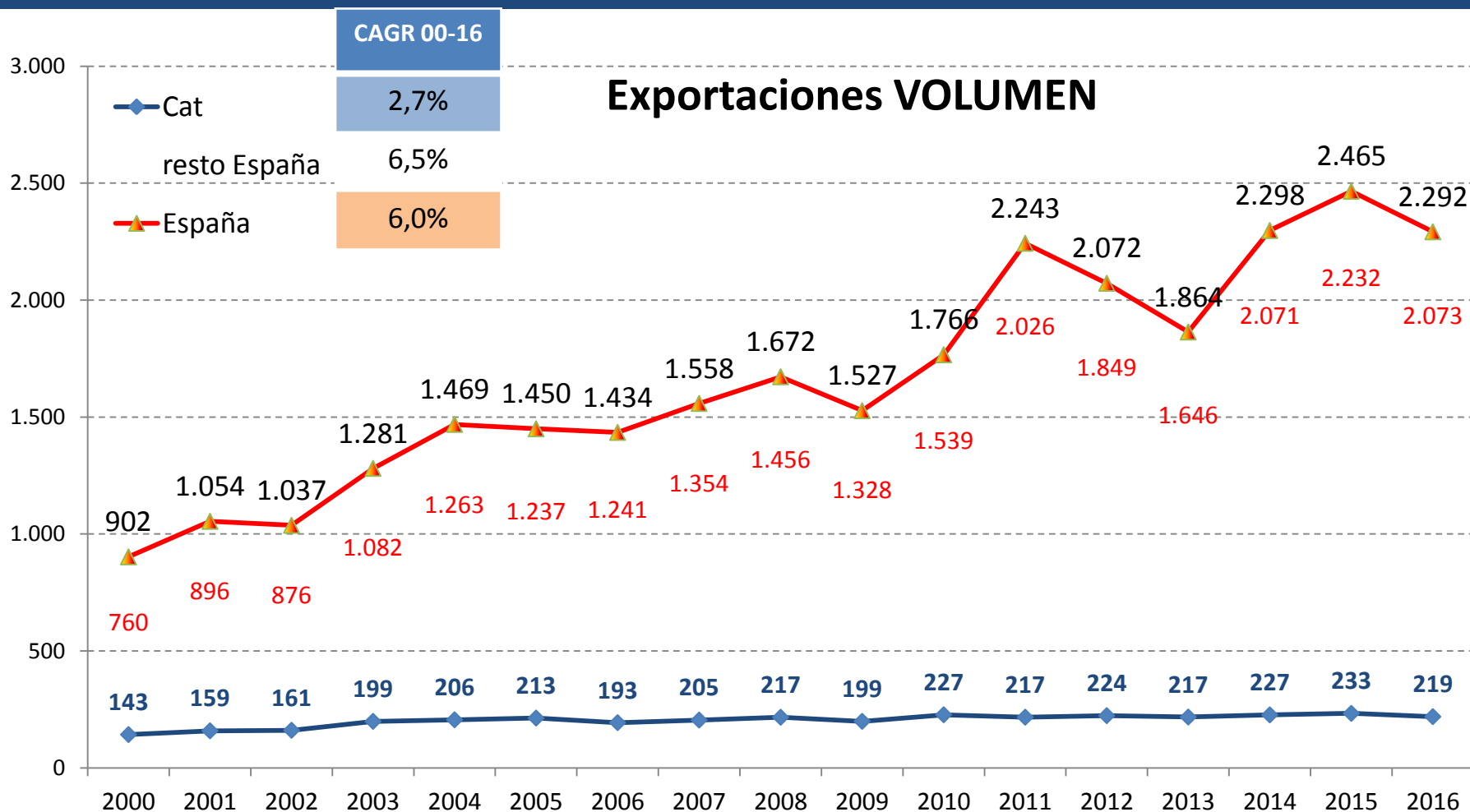
# El comercio exterior – Como evolucionamos?



En cuanto a su evolución:

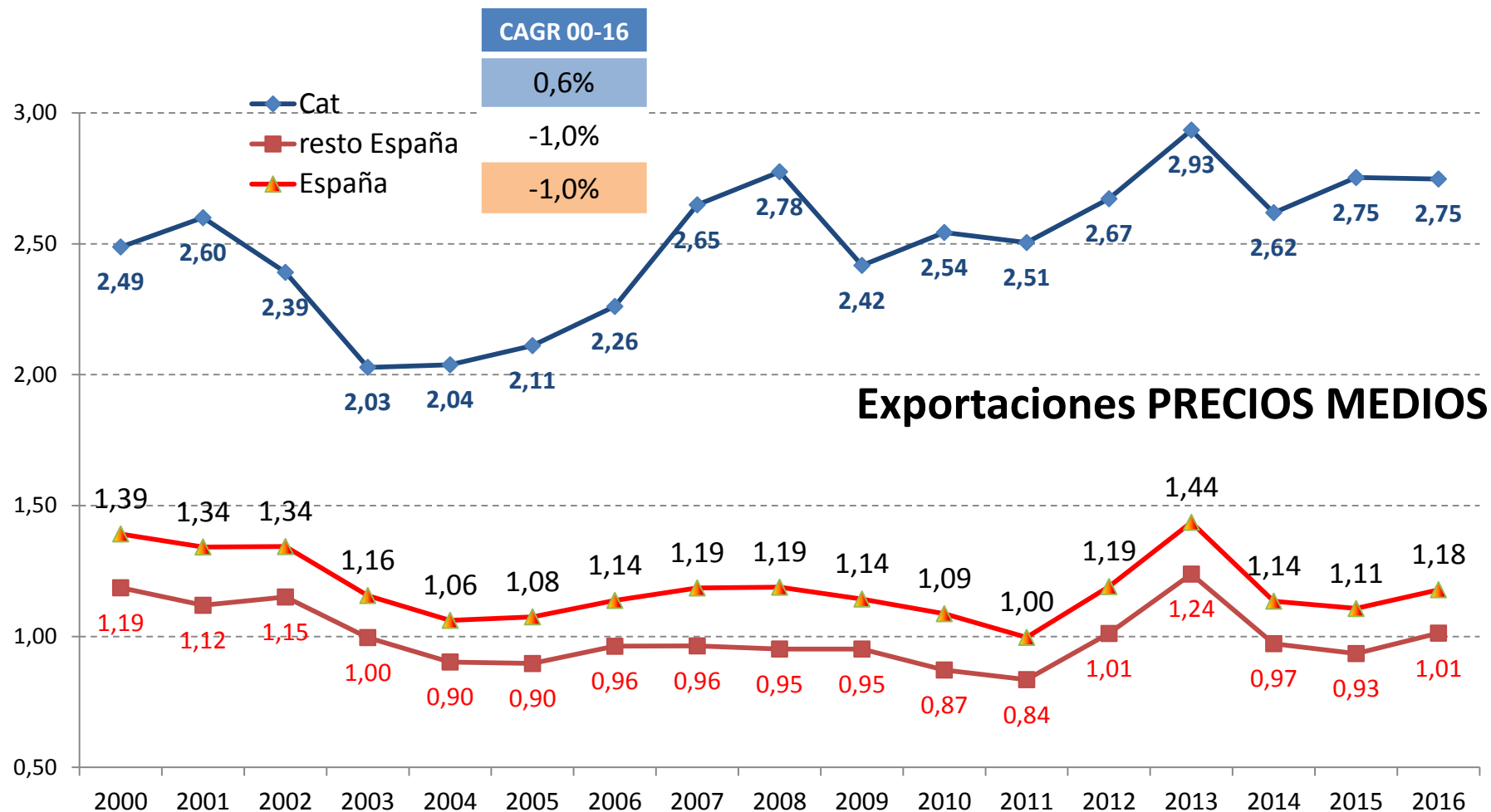
- ✓ Cataluña, con un crecimiento medio anual inferior al del resto de España (3,4% frente a 5,4%)..
- ✓ ... ha pasado a suponer el 22,3% del total de exportaciones españolas en euros (frente al 30% que suponía en 2008 o el 28,2% del 2000)...

# 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.

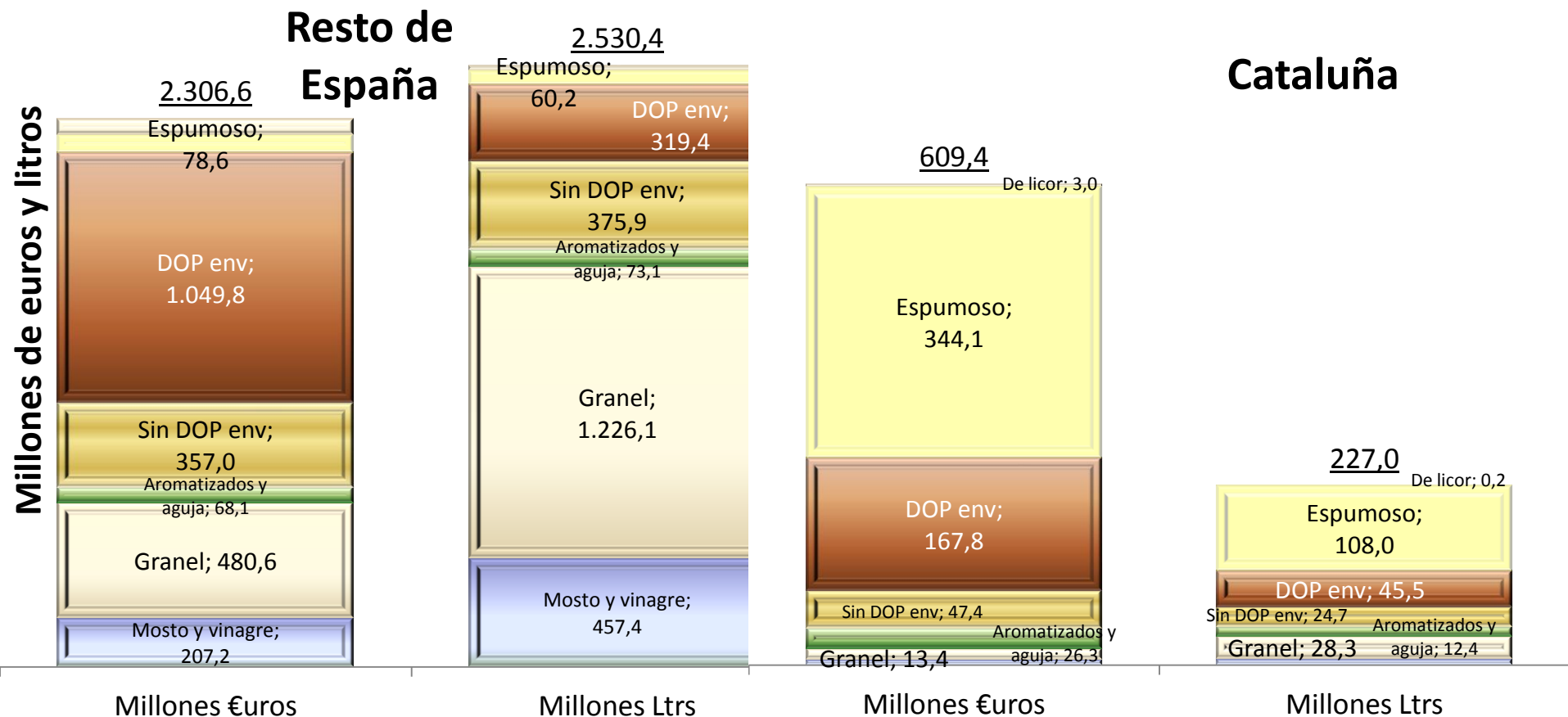
# El comercio exterior – Cómo evolucionamos?



- ✓ 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



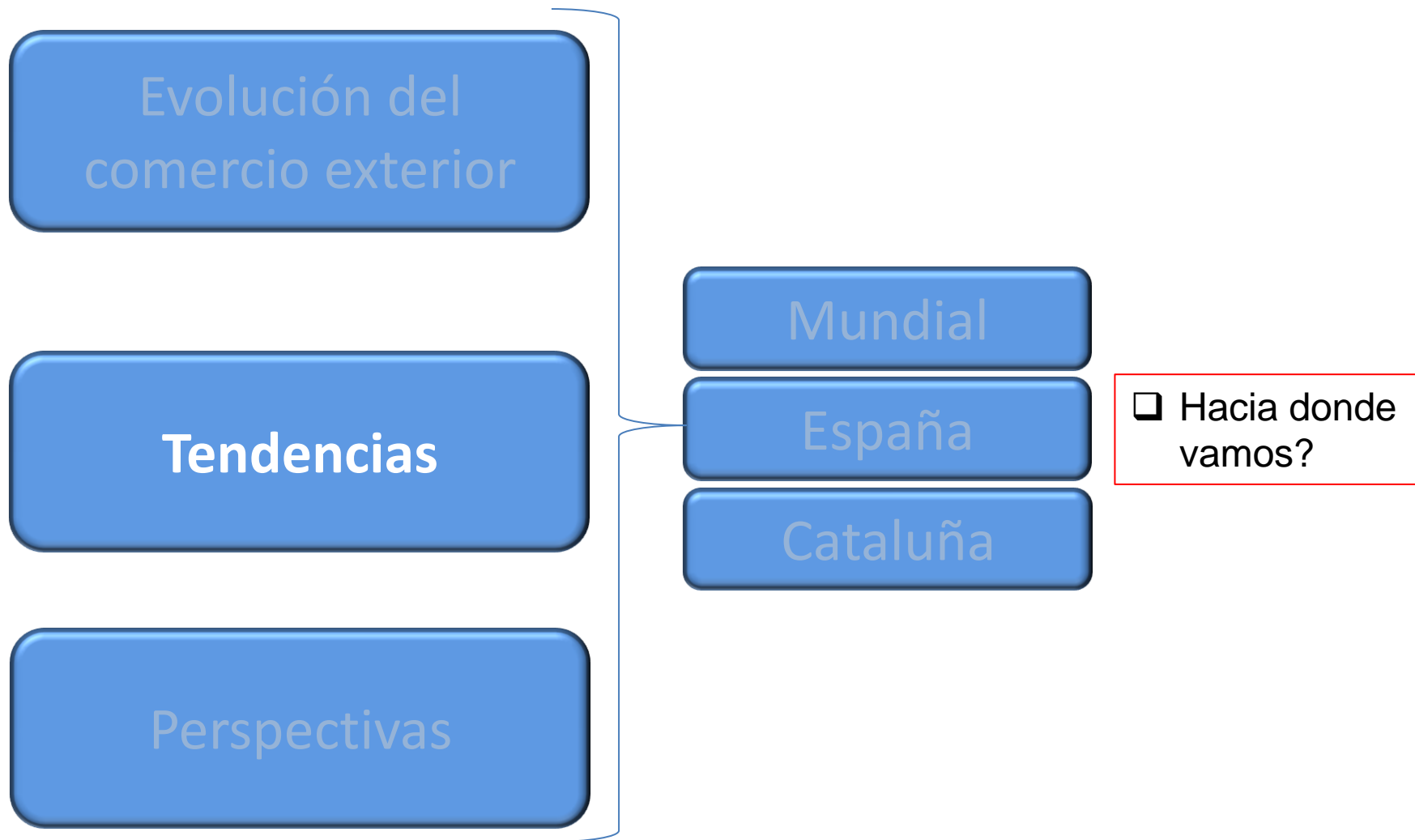
# El comercio exterior – Qué exportamos?



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

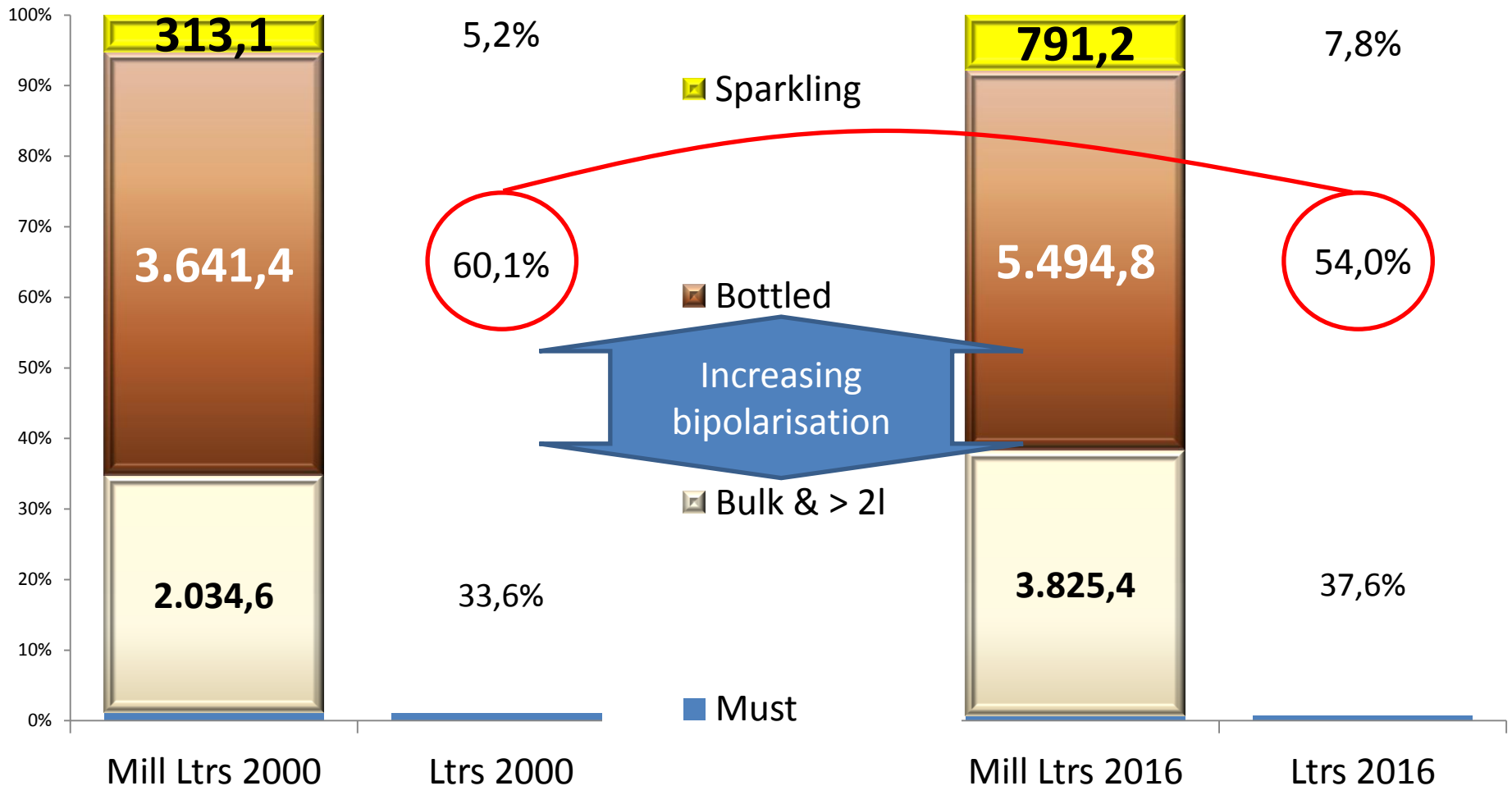
Hacia la deslocalización del consumo

# Mercados internacionales - Tendencias

## Hacia la bipolarización

- En vinos tranquilos
- En espumosos

### Mix de Producto- VOLUMEN

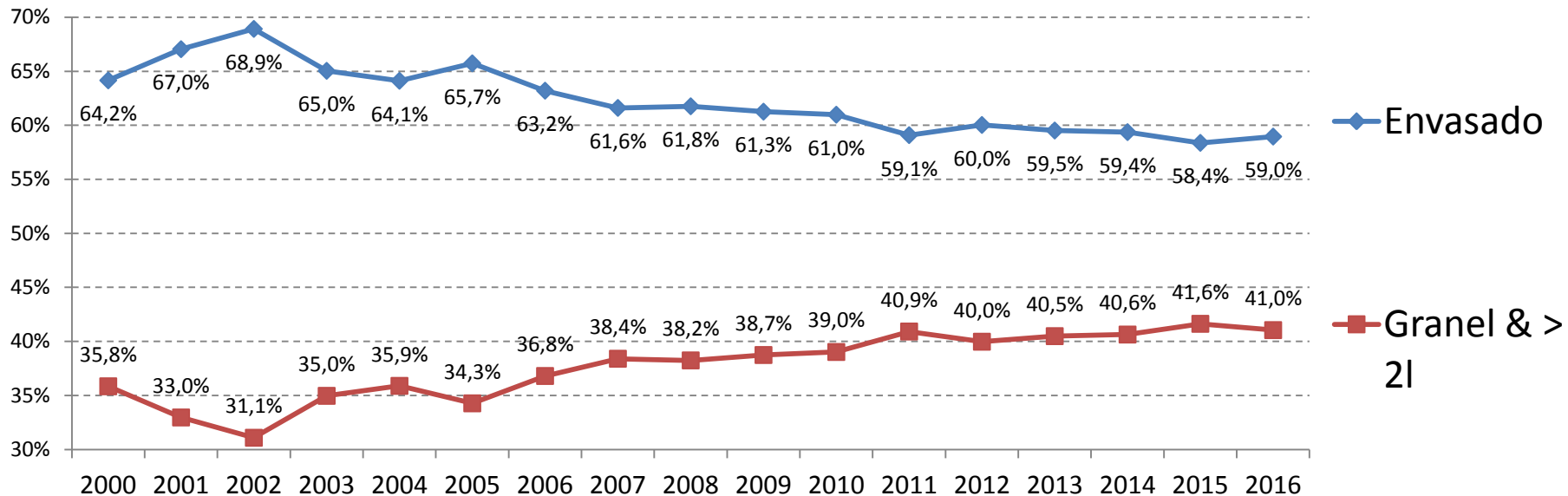


# Mercados internacionales - Tendencias

## Hacia la bipolarización

■ En vinos tranquilos

■ En espumosos



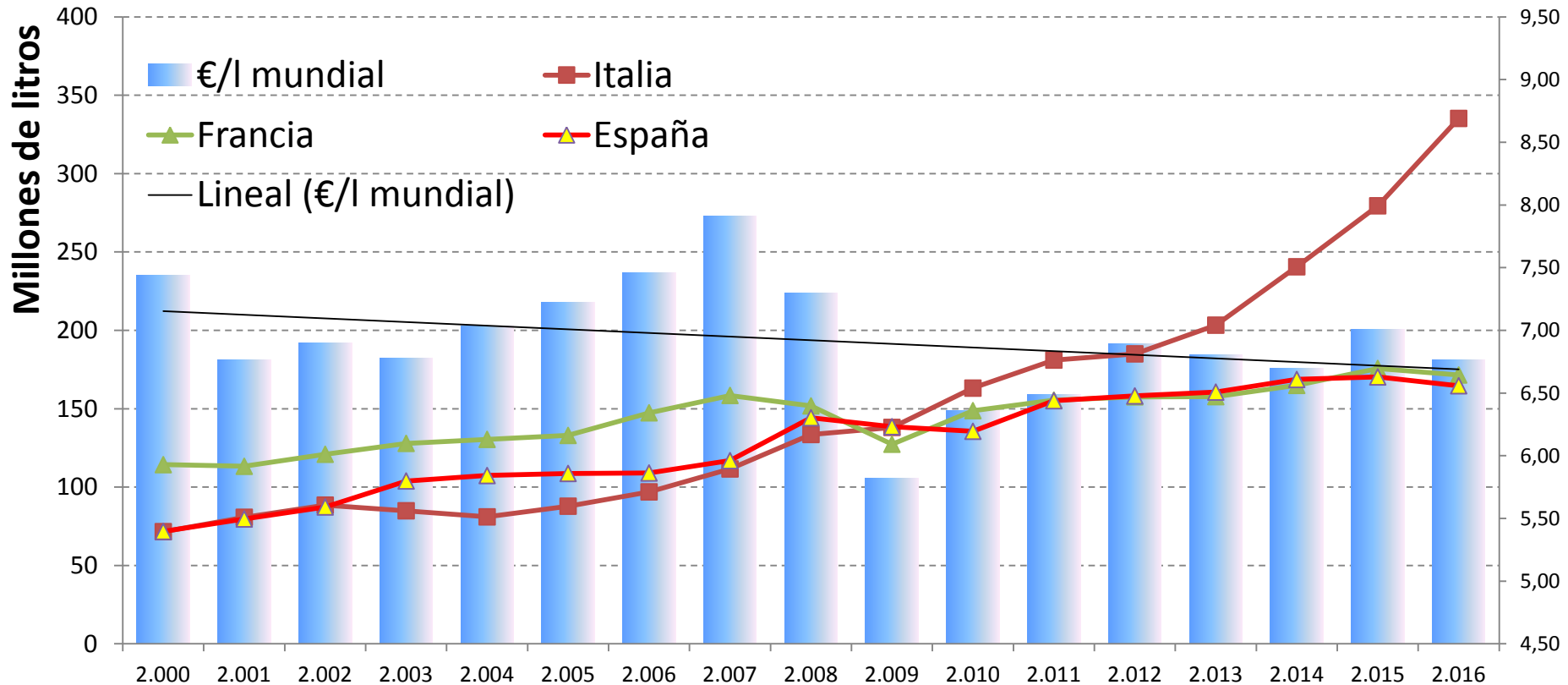
Dentro de los vinos no espumosos:

- ✓ 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

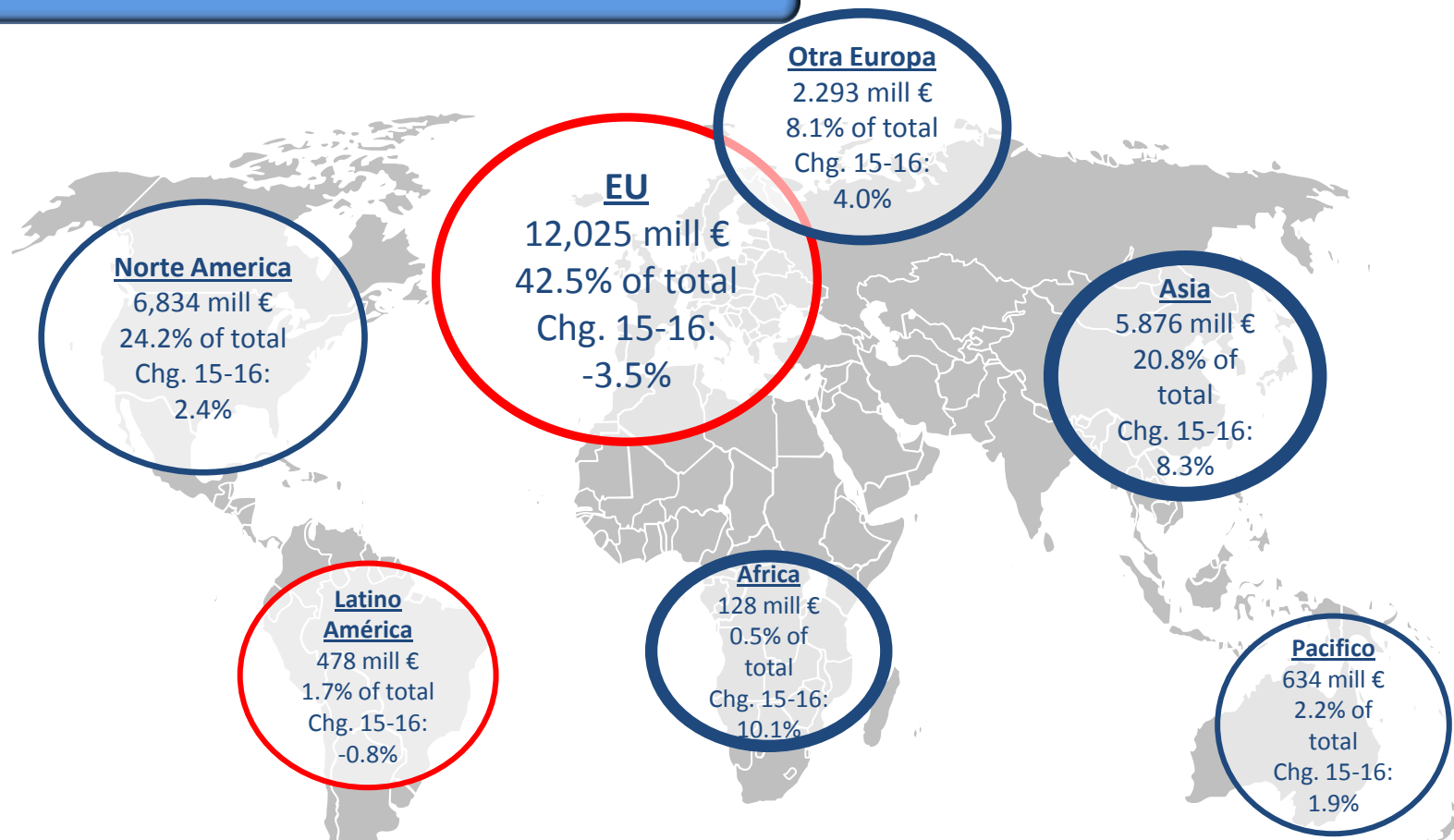
**Hacia la deslocalización del consumo**

- 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

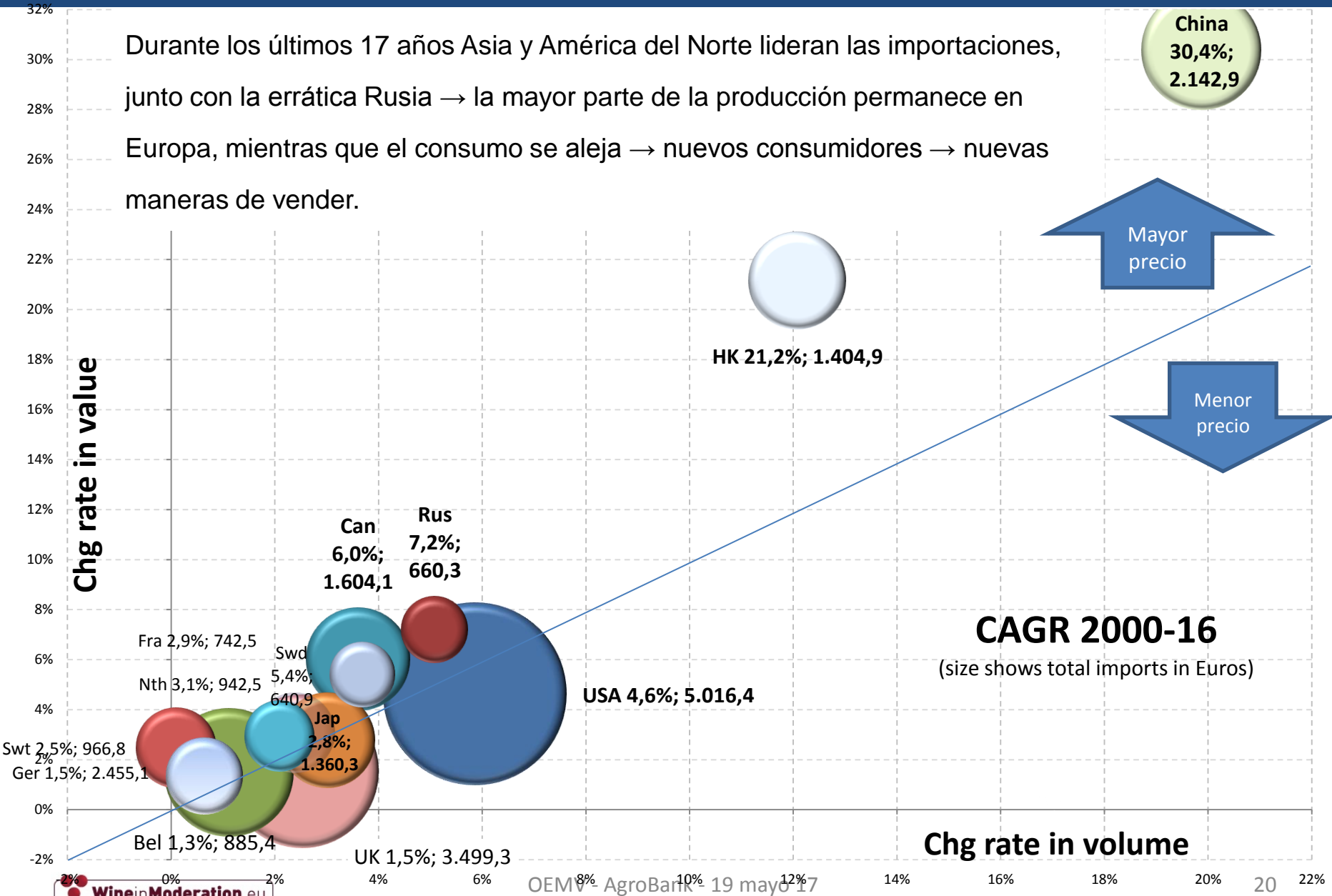
Menor  
precio

**CAGR 2000-16**

(size shows total imports in Euros)

Chg rate in value

Chg rate in volume



# Mercados internacionales - Tendencias

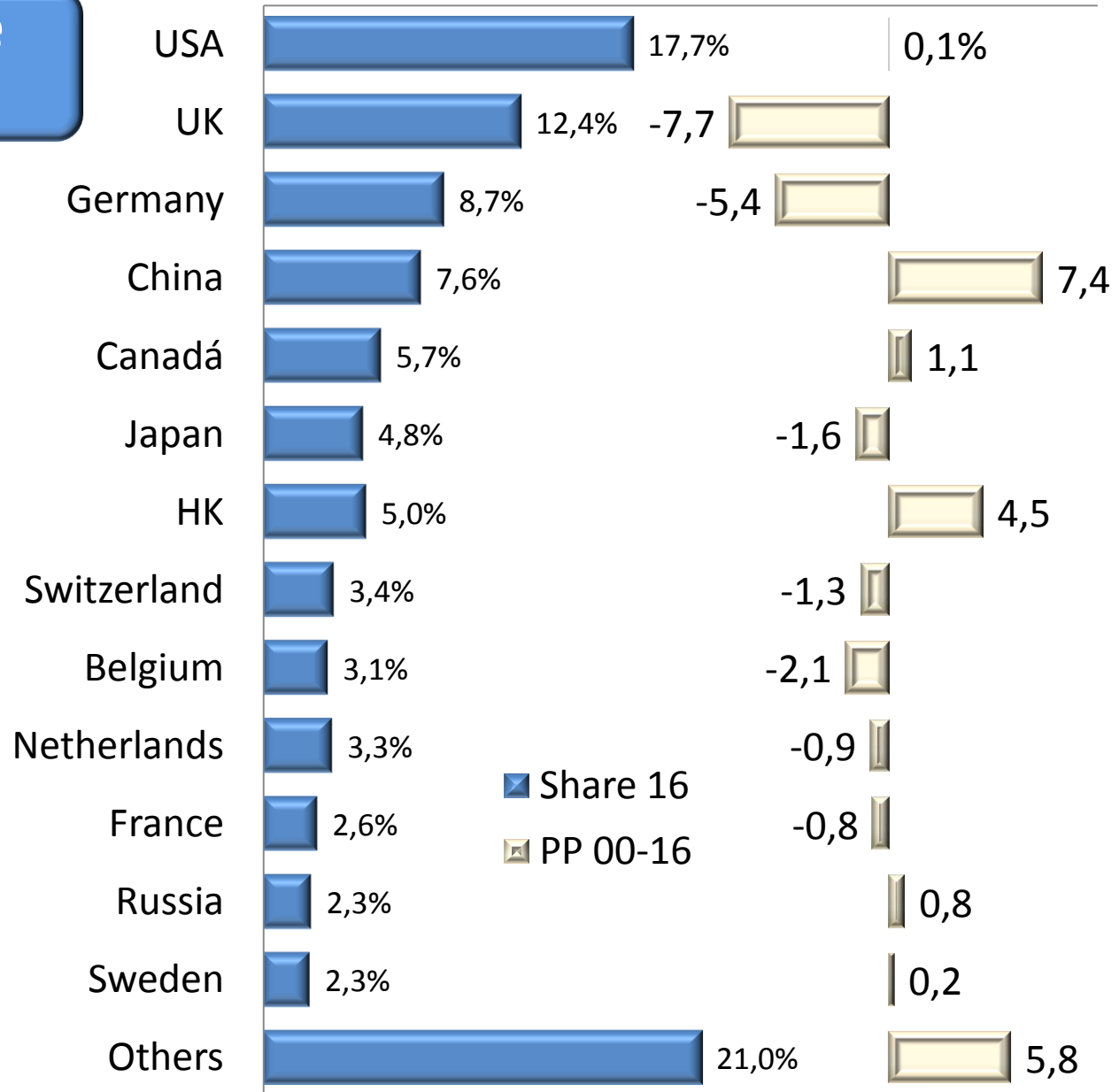
## Hacia el cambio de clientes

### CUOTA DE MERCADO EN VALOR:

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

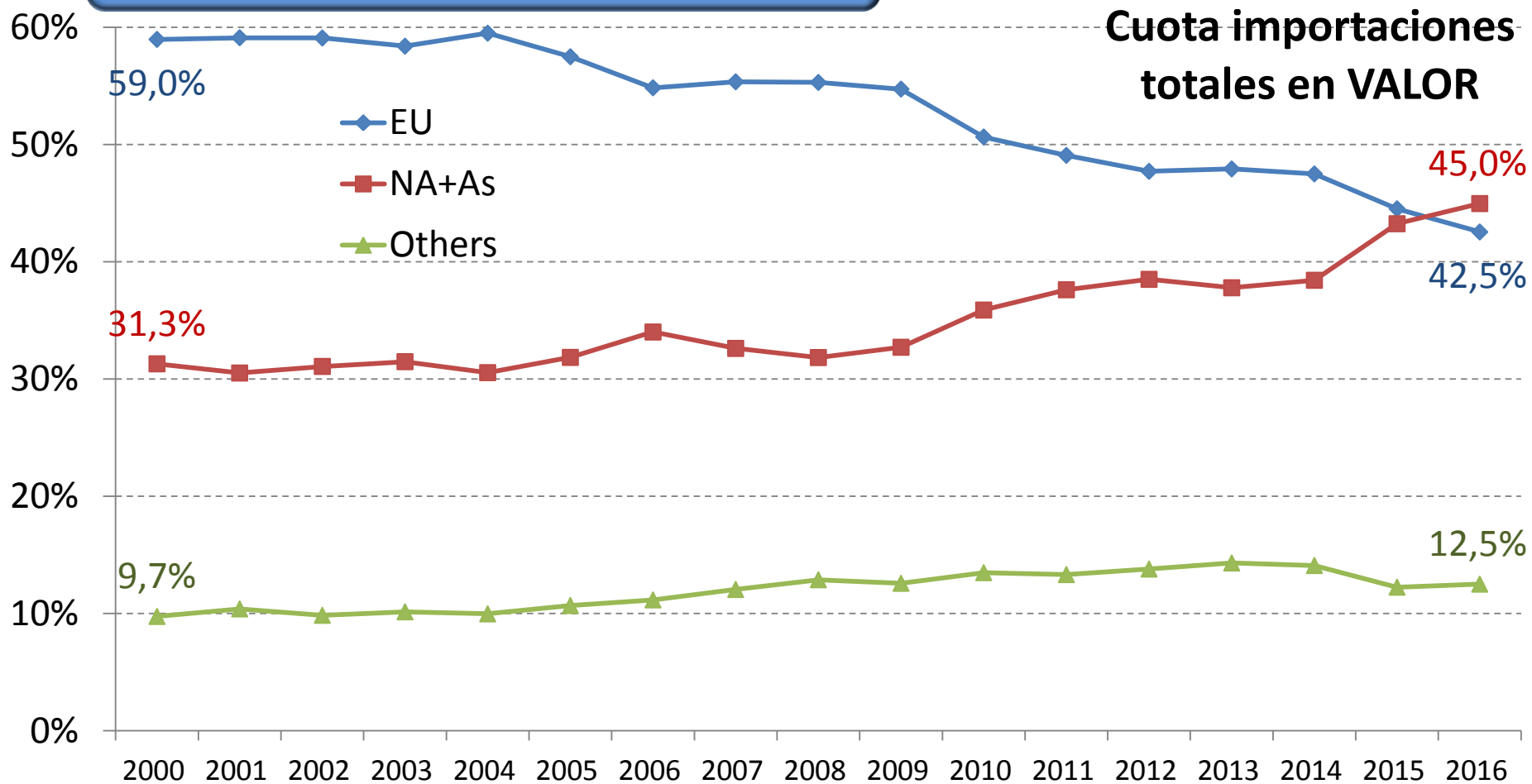
El mercado está menos concentrado, con 11 principales países que representan el 79% del total (85% en 2000), pero

- 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

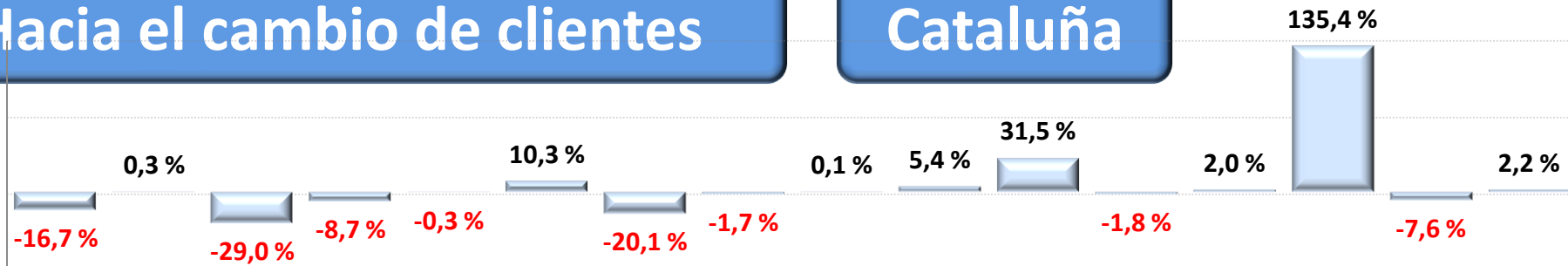


Incluso, por grandes grupos y cogiendo el total de sus importaciones (también intra-grupo) el combinado de Asia-Norteamérica supera ya a Europa como gran importador en euros...

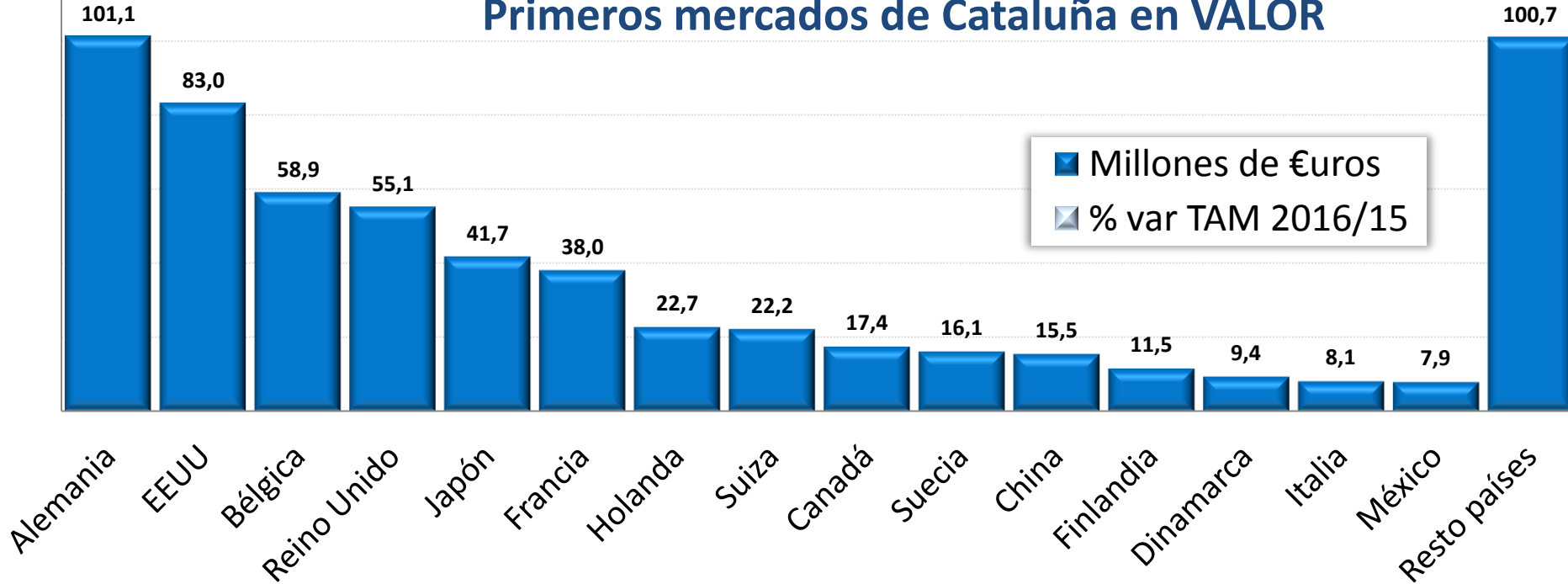
# Mercados internacionales - Tendencias

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

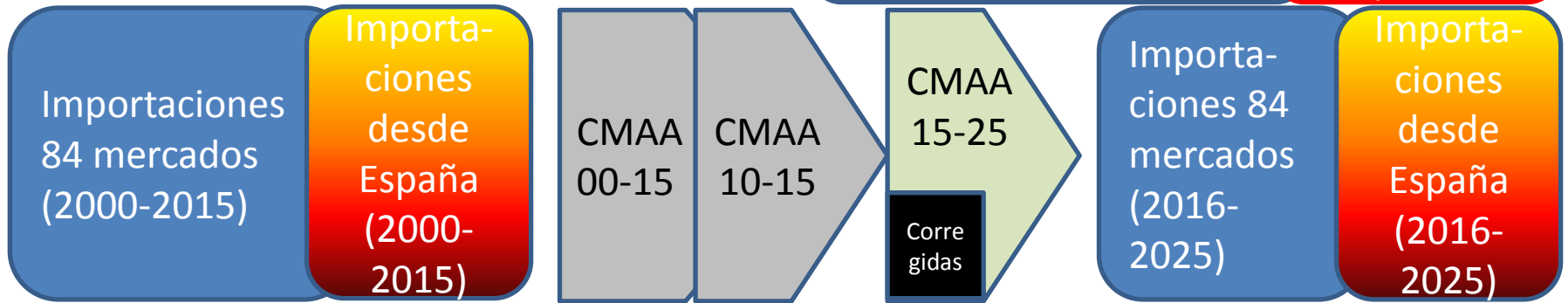


# Mercados internacionales - Perspectivas

MAPAMA 2016  
¿Qué hemos hecho?

¿Cuánto vino se importará en el mundo en 2025?

¿Cuánto será español?



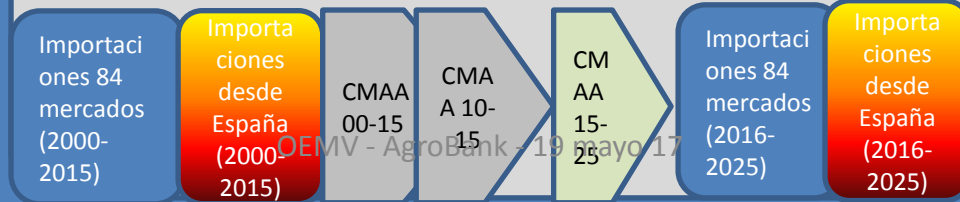
## VALOR – VOLUMEN – PRECIOS MEDIOS

### 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

Denominaciones de origen y mix (más envasados):

Mejor que el espumoso por encima del mercado (0,7% vs. 0,5%)

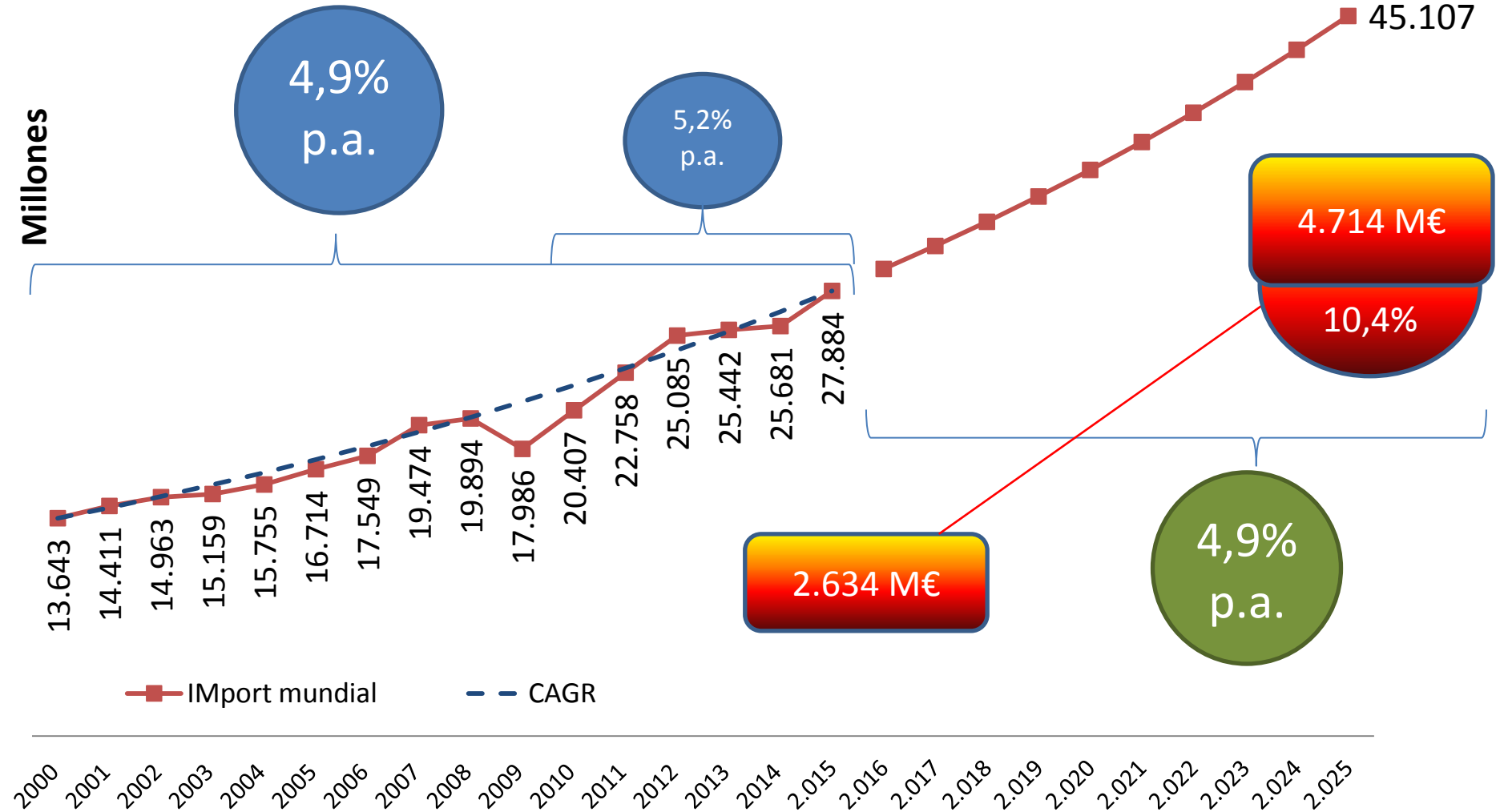
Y por debajo del envasado

Manteniendo muy estable el granel aunque aún por debajo del mercado

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

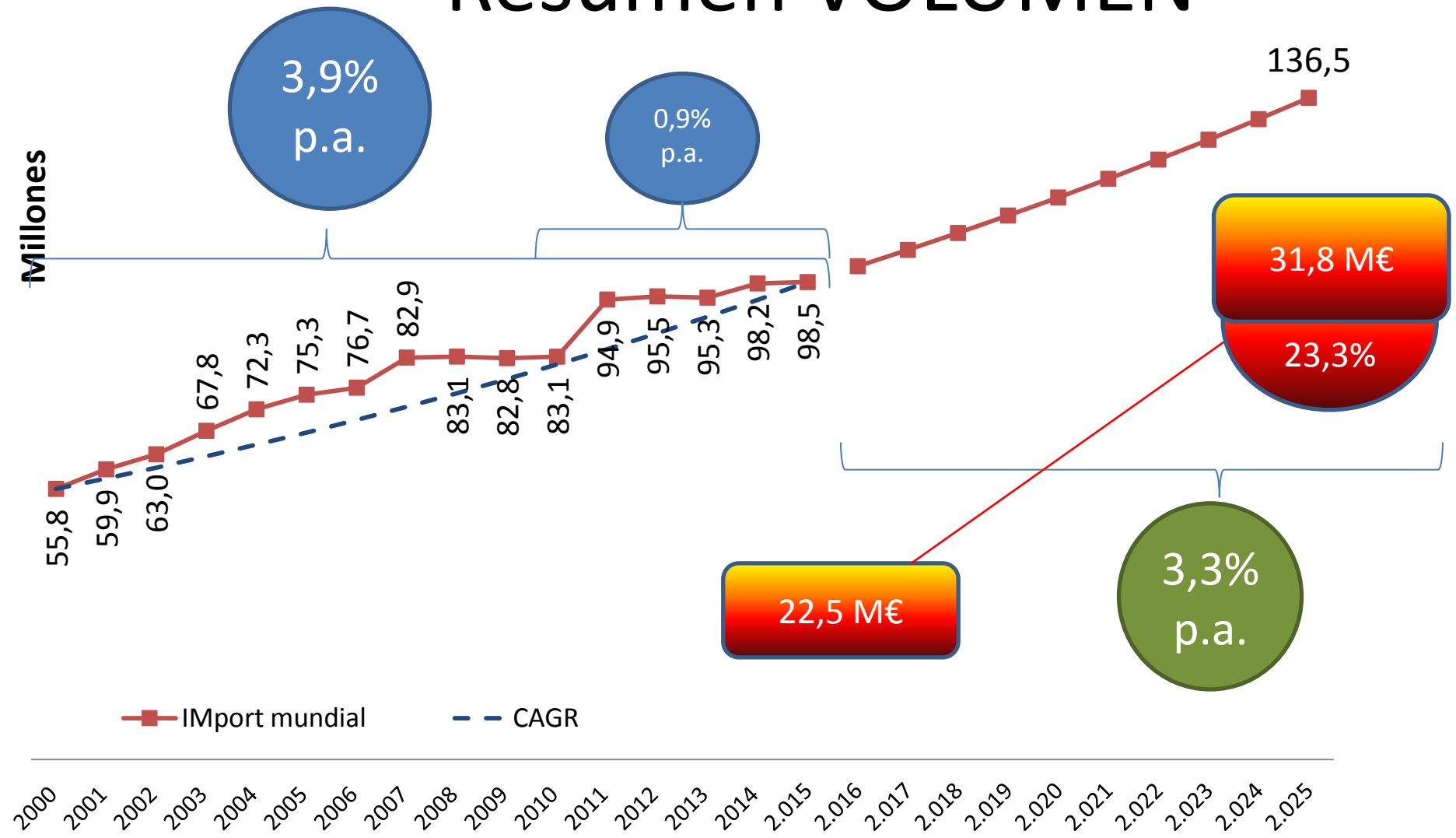
**Y todo ello, en 84 países individualizados**

## Resumen VALOR

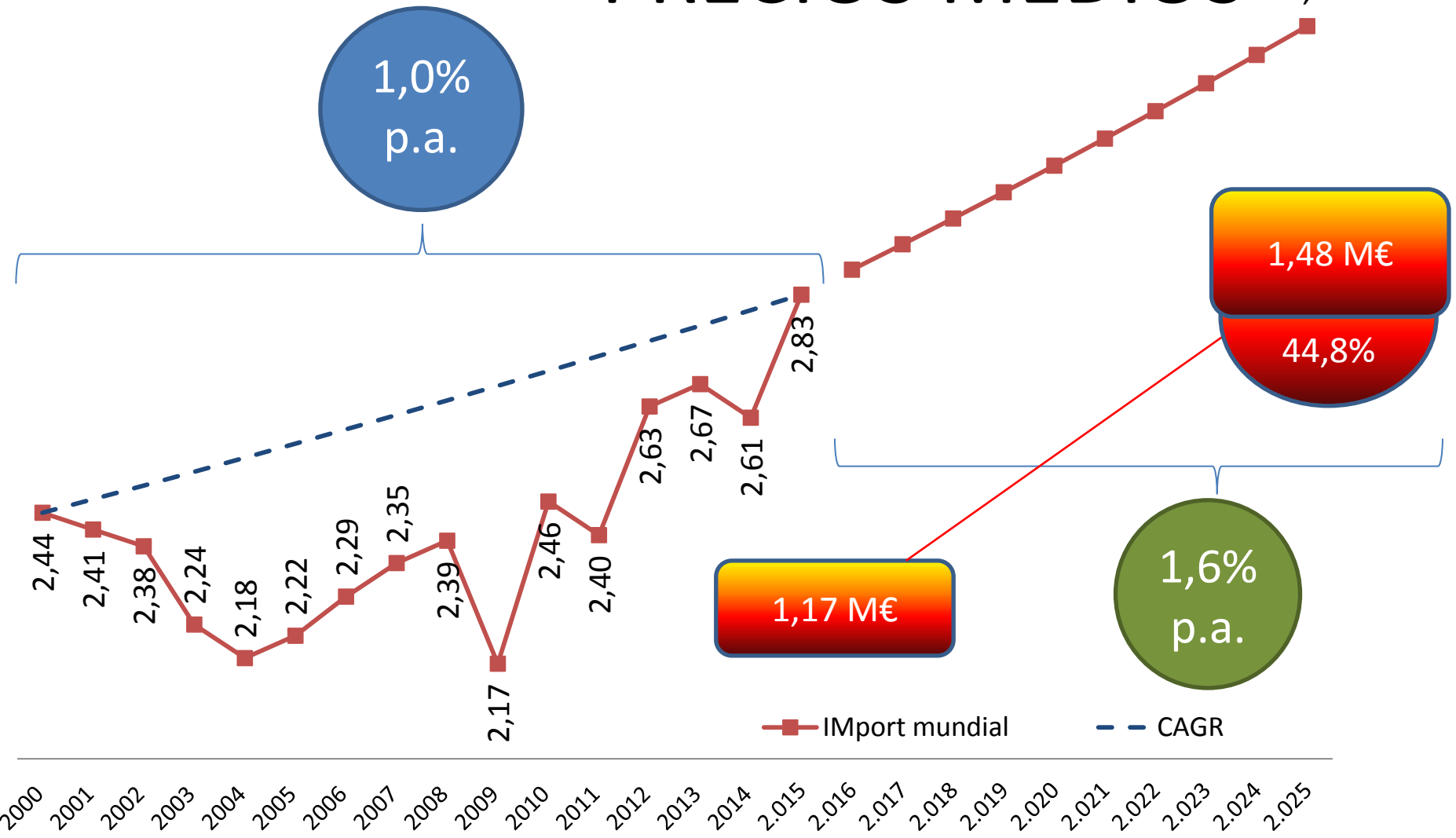




## Resumen VOLUMEN



## PRECIOS MEDIOS



# En definitiva... Consecuencias, tendencias y conclusiones

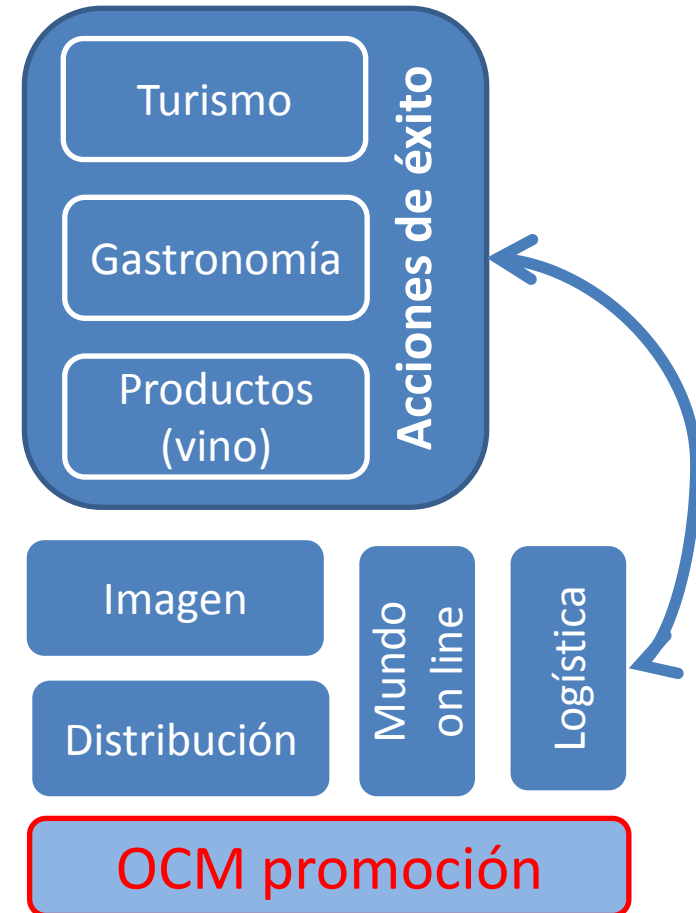
- España – y Cataluña – tenemos un papel líder en el vino mundial.
- El equilibrio entre lo que producimos y lo que somos capaces de vender es FUNDAMENTAL para conseguir rentabilidad (en un marco de carteras amplias).
- Hay una creciente polarización entre vinos premium – pocos y cada vez más caros – 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<sup>e</sup>M<sup>v</sup>

Observatorio ESPAÑOL  
del Mercado del VINO



**AgroBank**

moltes gràcies

Más información en:

[www.oemv.es](http://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