

Informe comercial de la edición 2018 de la ProWein

El barómetro de tendencias más completo del mundo para el sector internacional del vino

Por encargo de la ProWein, la Escuela Superior de Geisenheim encuestará por segunda vez a más de 2300 expertos del sector del vino procedentes de 46 países acerca de mercados de vinos internacionales, tendencias de comercialización, el desarrollo de las ventas en línea del vino y la situación económica. El estudio, realizado en la primera mitad de 2018, despertó un gran interés en el sector. Desde la primera encuesta en 2017, el número de participantes ha aumentado en un 60 %, de 1487 a 2364. Así, el informe comercial de la ProWein es el barómetro de tendencias más completo del mundo para el sector internacional del vino.

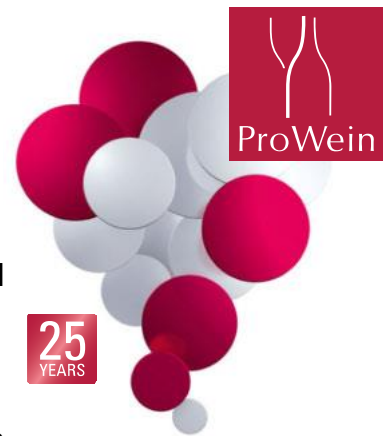
El estudio abarca toda la cadena de creación de valor del vino. Entre los encuestados hay tanto productores de vino (explotaciones vinícolas, bodegas, cooperativas) como intermediarios (exportadores e importadores) y distribuidores (comercios especializados, mayoristas, hoteles y empresas de gastronomía). La combinación de los diferentes puntos de vista de los productores, los intermediarios y los distribuidores durante varios años constituye un barómetro extraordinario para el sector.

Atractivo de los mercados de exportación

1) *China es por primera vez el mercado de exportación más atractivo para el vino*

Cuando se les pregunta por el atractivo actual, los exportadores y productores de vinos consideran que China es el mercado de exportación más atractivo del mundo, seguido por Japón, Hong Kong, Escandinavia, Estados Unidos y Canadá. En comparación con la encuesta del año anterior, China ha pasado del noveno al primer puesto. Esta valoración subjetiva de los participantes en el mercado coincide con los informes sobre el aumento de la demanda en China y el elevado aumento de los volúmenes y del valor que los exportadores atribuyen a ese país, sobre todo procedentes de Australia, Francia y Chile.

En un año se han producido cambios en la clasificación de los mercados de exportación más atractivos actualmente. Al margen de China, Canadá y Australia han subido al séptimo puesto, mientras que Corea del Sur,



The World's No.1
International Trade Fair
for Wines and Spirits
17-19 March 2019
Düsseldorf, Germany www.prowein.com



Messe Düsseldorf GmbH
Postfach 10 10 06
40001 Düsseldorf
Messeplatz
40474 Düsseldorf
Germany

Telefon +49 211 4560-01
Telefax +49 211 4560-668
Internet www.messe-duesseldorf.de
E-Mail info@messe-duesseldorf.de


Geschäftsführung:
Werner M. Dornscheidt (Vorsitzender)
Hans Werner Reinhard
Wolfram N. Diener
Bernhard Stempfle
Vorsitzender des Aufsichtsrates:
Thomas Geisel

Amtsgericht Düsseldorf HRB 63
USt-IdNr. DE 119 360 948
St.Nr. 105/5830/0663

Mitgliedschaften der
Messe Düsseldorf:

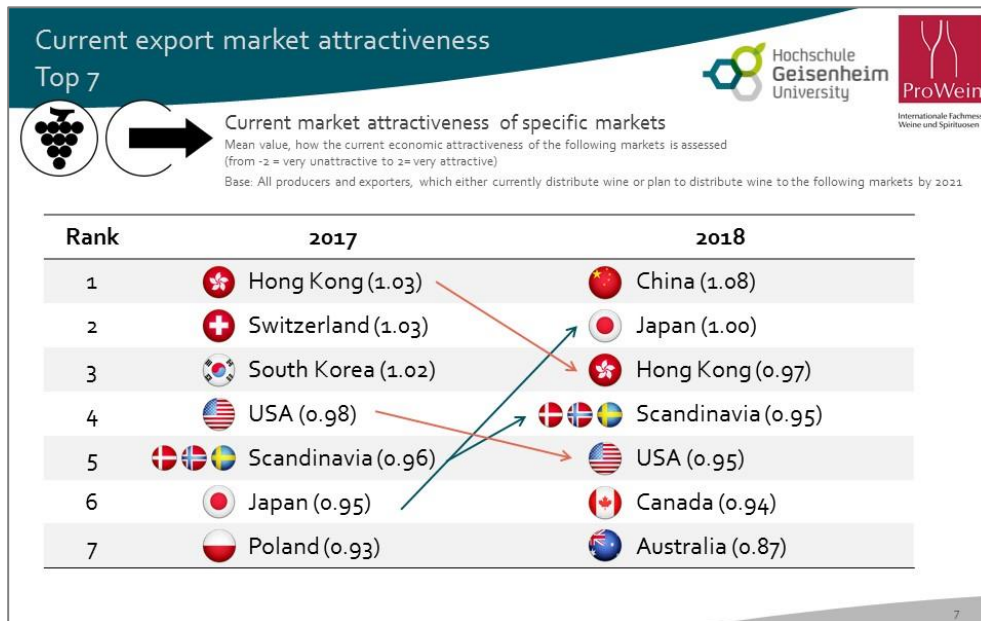
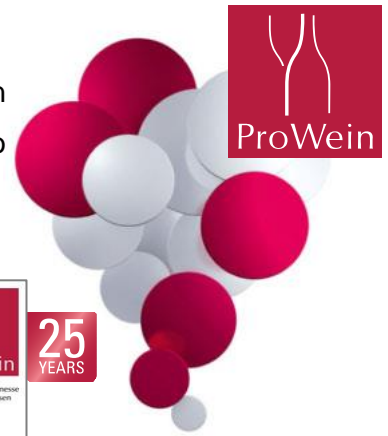
 The global
Association of the
Exhibition Industry

 AUMA
Messe-Ausschuss der
Deutschen Wirtschaft

 FKM
Gesellschaft zur
Freiwilligen Kontrolle von
Messe- und Ausstellungszahlen

Öffentliche Verkehrsmittel:
U78, U79: Messe Ost/Stockumer Kirchstr.
Bus 722: Messe-Center Verwaltung

Polonia y Suiza han bajado posiciones. Estados Unidos sigue siendo un mercado de exportación muy atractivo, y su situación solo ha empeorado del cuarto al quinto puesto.



The World's No.1
International Trade Fair
for Wines and Spirits
17-19 March 2019
Düsseldorf, Germany | www.prowein.com

2) *Rusia, China y Brasil son los países que más han mejorado su atractivo de mercado desde 2017*

Se midió la mejora relativa del atractivo de mercado de Rusia, China y Brasil en comparación con el primer informe comercial de la ProWein, de 2017. Rusia pasó del decimosexto puesto al decimoprimer, mientras que Brasil ascendió del decimoquinto puesto al decimotercero. Con ello se cumplieron una parte de las expectativas referidas en 2017 de que dichos mercados aumentarían considerablemente su atractivo en el futuro. Los países más grandes y poblados del grupo de los BRIC presentan un inmenso potencial para los exportadores de vinos. Sin embargo, su inclusión está ligada a grandes riesgos comerciales debidos a la situación política y económica ocasionalmente inestable.

En cuanto a los mercados tradicionalmente consolidados, Italia y Francia se han recuperado ligeramente con respecto a 2017. Los Países Bajos, Corea del Sur y Suiza han visto su atractivo de mercado ligeramente erosionado en comparación con 2017.

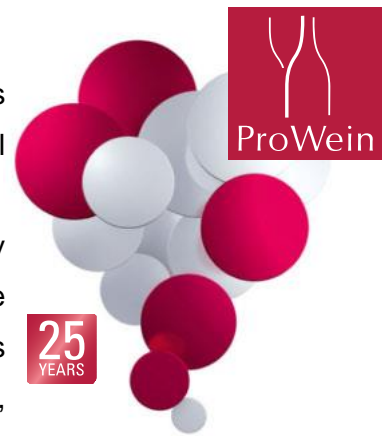
3) *Se prevé el mayor crecimiento para 2021 por parte de China, Corea del Sur y Polonia*

Para los próximos tres años, los exportadores y productores esperan el mayor crecimiento del atractivo de mercado en los casos de China, Corea del Sur y Polonia, seguidos por Rusia, Hong Kong, Japón y Australia. En

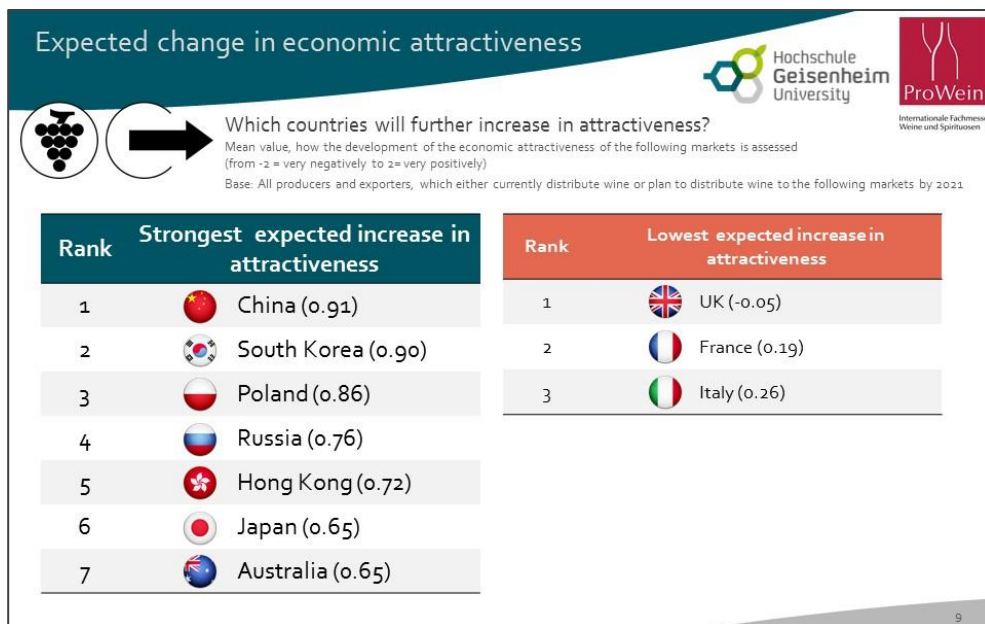


el séptimo puesto, pisándoles los talones, se sitúan los dos importantes mercados de Norteamérica, Estados Unidos y Canadá, en los que el consumo del vino va en aumento.

China es, por lo tanto, el mercado del vino con mayor atractivo actual y esperado. En un futuro serán sobre todo los países asiáticos y del este de Europa los que alcancen una mayor relevancia. Para los productores vinícolas europeos, la comercialización en estos mercados de Asia, lejanos tanto geográfica como culturalmente, plantea un gran reto para los próximos años.



The World's No.1
International Trade Fair
for Wines and Spirits
17-19 March 2019
Düsseldorf, Germany www.prowein.com



4) *Reino Unido es el país con una situación más débil en la actualidad y con las peores expectativas de futuro*

En comparación con 2017, el atractivo del mercado británico del vino ha seguido empeorando mientras que, al mismo tiempo, se ha incrementado la percepción del riesgo. Reino Unido también obtiene los peores resultados por lo que al desarrollo futuro previsto hasta 2021 se refiere. Hay varios factores a los que atribuir dicha posición de debilidad. El impuesto cada vez mayor sobre el alcohol y la pérdida de espacio en los comercios debido a los formatos comerciales establecidos por la competencia y a los productos de descuento hacen que este mercado cada vez resulte más difícil para los productores. A ello se suman las incertidumbres políticas y legales del inminente *brexit*, cuyas particularidades siguen pendientes de aclaración. Siguen a Reino Unido los mercados del vino tradicionales de Francia e Italia, países para los que apenas se espera una ligera mejora de su atractivo.

5) *La gran mayoría de los exportadores apuesta por incorporar nuevos mercados del vino*

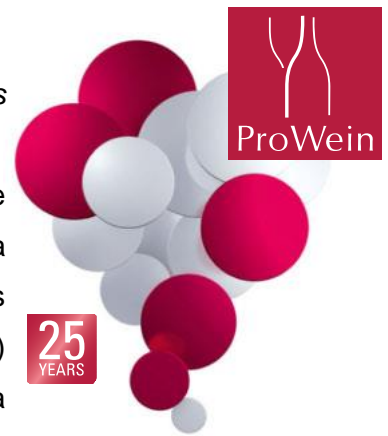
Ocho de cada diez productores prevén extender sus actividades de exportación a nuevos mercados en los próximos tres años, una elevada cifra que se mantiene sin cambios con respecto a 2017. Los mercados nacionales de los mayores productores de vino (España, Italia, Francia) están saturados y presentan una tendencia más bien de retroceso. Así, la exportación a nuevos mercados en crecimiento es el único modo de compensar dichas pérdidas y de crear oportunidades para el desarrollo. El comercio internacional del vino seguirá por tanto aumentando en volumen e importancia. A largo plazo se plantea la pregunta de cuándo se ralentizará esta tendencia al crecimiento y, en el supuesto de que suceda, si estos nuevos mercados del vino consolidarán la producción propia o si, como en el caso de China, la ampliarán.

Nuevas incorporaciones a los mercados de exportación de vino

6) *Singapur presenta el mayor potencial para los próximos cinco años*

Cuando se les preguntó por el mayor potencial como nuevo mercado del vino en los próximos cinco años, los países que más mencionaron los exportadores fueron Singapur, la República Checa y Taiwán. Así, lideran la lista de futuros mercados del vino países pequeños, abarcables y fáciles de integrar con un desarrollo económico relativamente avanzado y estable. Por el contrario, muy pocos exportadores apreciaron un potencial a corto plazo en Vietnam, India, Tailandia, Malasia, Filipinas e Indonesia, cuyos mercados son más grandes pero resultan más difíciles de integrar y ofrecen un menor nivel de desarrollo económico. El porcentaje de la población que puede permitirse vino en esos mercados es inferior al de países más desarrollados. En este caso se necesita una perspectiva a más largo plazo para superar las barreras de acceso existentes (impuestos a la importación de vinos, diversas leyes regionales). Si se cumplen las elevadas expectativas para los principales mercados asiáticos, es decir, China, Corea del Sur, Hong Kong y Japón, cabe esperar repercusiones positivas en el resto de Asia.

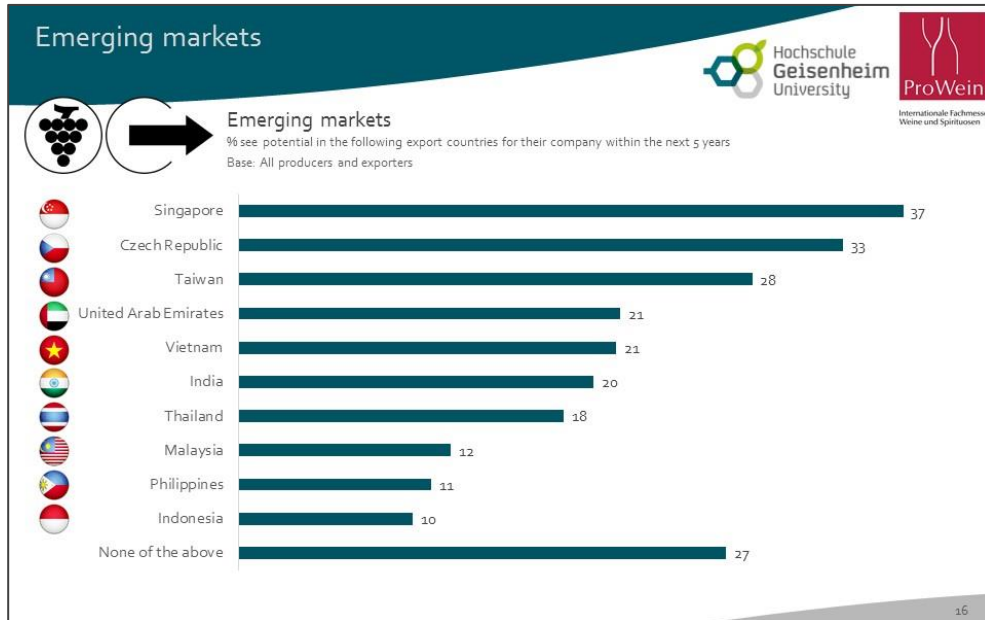
India es el primero de los futuros mercados de exportación que consideran los productores de vinos del nuevo mundo, Australia, Estados Unidos, Sudáfrica, etc. La relación cultural debida a la Commonwealth y el idioma común hacen que para estos países resulte más sencillo incorporar India.



The World's No.1
International Trade Fair
for Wines and Spirits
17-19 March 2019
Düsseldorf, Germany www.prowein.com



Uno de cada cuatro productores encuestados se limitará a esperar por el momento, ya que no aprecia potencial para acceder a dichos futuros mercados en los cinco años siguientes. En los próximos años será interesante seguir observando este desarrollo.



25 YEARS

The World's No.1
International Trade Fair
for Wines and Spirits
17-19 March 2019
Düsseldorf, Germany www.prowein.com

7) Emiratos Árabes Unidos sorprende en el cuarto puesto

A primera vista puede resultar sorprendente que Emiratos Árabes Unidos (EAU) ocupe el cuarto puesto de futuros mercados del vino. Esta posición tan ventajosa hace patente la creciente importancia del vino y de otros alimentos y delicias de gran calidad en este punto de interés cada vez mayor para turistas y residentes en la península arábiga. La valoración positiva se suma a otros indicadores, como el creciente número de participantes que proceden de EAU en los cursos del WSET.



Interés comercial en la procedencia del vino

8) El comercio del vino busca nuevas procedencias

Casi uno de cada dos comerciantes que visita la ProWein planea su oferta para incorporar nuevas procedencias de vinos. Las procedencias poco extendidas hasta la fecha presentan un potencial especial de incorporación a las carteras de comerciantes especializados en vinos y de gastrónomos.

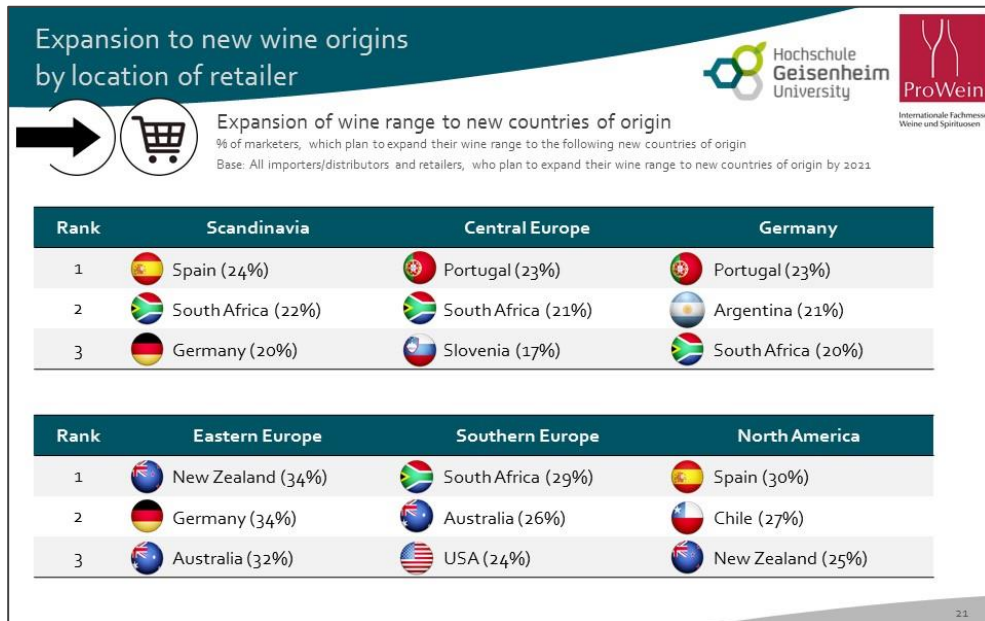
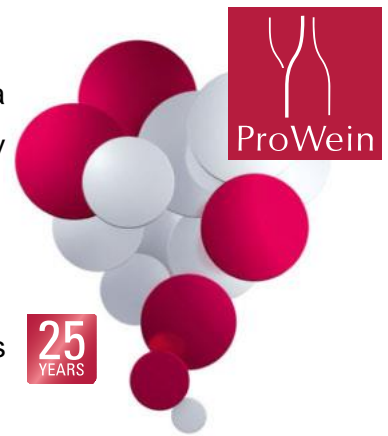
9) Se prefiere incorporar a Portugal, Sudáfrica y Argentina a las carteras

Uno de cada cinco comerciantes e importadores de vinos pretende incorporar vinos de Portugal, Sudáfrica y Argentina a su oferta. Estas

nuevas procedencias completarán o reemplazarán en parte la oferta existente de los minoristas, hasta la fecha liderada por Italia, Francia y España.

10) *Grandes diferencias entre los mercados de consumo*

Los distintos mercados del vino se diferencian en las nuevas procedencias que demandan los comerciantes y distribuidores.



The World's No.1
 International Trade Fair
 for Wines and Spirits
17-19 March 2019
 Düsseldorf, Germany www.prowein.com



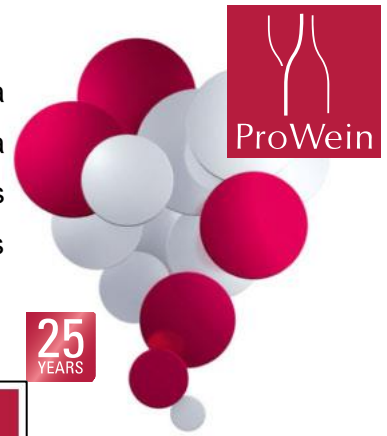
Para ello resultan determinantes numerosos factores, como la proximidad geográfica (vino esloveno en el centro de Europa, vino alemán en el este de Europa, vino chileno en Norteamérica); la tendencia hacia la variedad y los vinos de fácil acceso sensorial procedentes del nuevo mundo (este y sur de Europa), así como la búsqueda de posibilidades de diferenciación y nichos en mercados con gran competencia (como Alemania).

La importancia de internet para la venta del vino

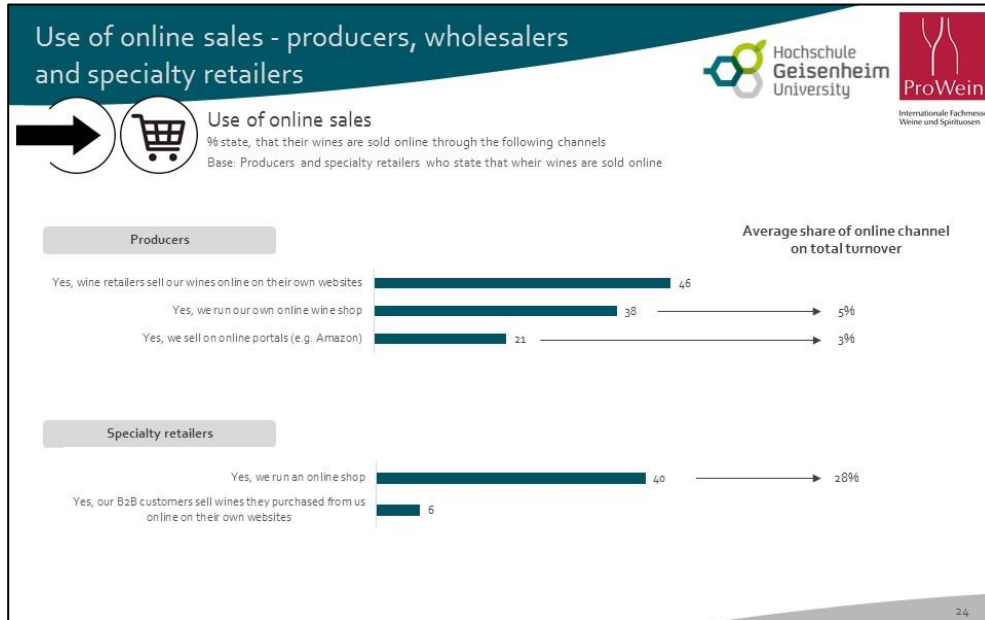
11) *Hasta la fecha, el potencial del comercio en línea se ha explotado de modos muy distintos*

El porcentaje de productores y comerciantes con una tienda en línea propia de vinos es similar, el 38 y el 40 %, respectivamente. La proporción relativa de las ventas a través de dichas tiendas en línea difiere, pero es elevada. Los comerciantes especializados en vinos venden, de promedio, más de un cuarto de sus productos en línea (28 %), mientras que en el caso de los productores, la cifra es tan solo del 5 % de las ventas. Los motivos para ello residen en los puntos fuertes de los minoristas, como la

mayor oferta de vinos, la especialización en el consumidor final y la capacidad de marketing en línea. Por otra parte, uno de cada cinco productores utiliza portales en línea (p. ej. Amazon, otros portales de vinos especializados como Vicampo, etc.) para alcanzar más fácilmente al consumidor final.



25
YEARS



The World's No.1
International Trade Fair
for Wines and Spirits
17-19 March 2019
Düsseldorf, Germany www.prowein.com

12) Todos los participantes del mercado esperan un mayor crecimiento del comercio en línea

Tanto los productores como los comerciantes prevén un aumento del comercio en línea del vino. Las posibilidades de crecimiento para las tiendas web de comerciantes y productores se consideran similares a las de los portales (como Amazon o Ebay). Mientras que algunos portales han alcanzado cuotas de mercado muy elevadas con otros grupos de productos, algunos expertos del sector consideran que para el exigente producto del vino se requieren soluciones igualmente emocionales. Resultará interesante observar cómo se desarrollan en el futuro los portales generales con respecto a las tiendas en línea de los comerciantes de vinos.

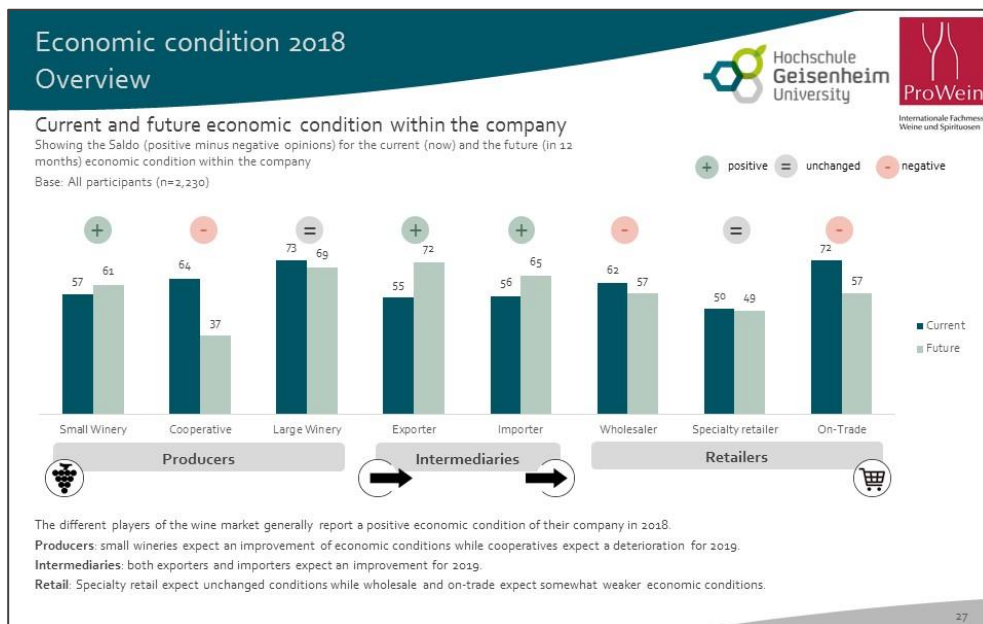
Los comerciantes especializados de vinos están mayoritariamente de acuerdo en que resulta muy costoso mantener sus tiendas en línea y en que la posibilidad de comparar precios en internet puede conllevar un retroceso de las ganancias. Así, los comerciantes especializados en vinos observan de forma más crítica que los productores el posible aumento de las ventas en línea, ya que estos últimos tal vez no sean tan conscientes del gasto del marketing virtual. Los comerciantes especializados en vinos ya han explotado al máximo el potencial disponible y solo pueden lograr crecimiento con grandes costes.



La situación económica del sector del vino

13) El sector de los vinos aguarda un futuro general positivo

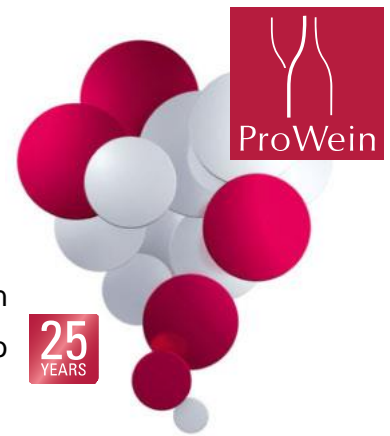
En la encuesta han participado, sobre todo, líderes del sector. Tienen expectativas favorables para el desarrollo económico en 2019, pero existen diferencias entre productores, intermediarios y proveedores.



En cuanto a los productores, los más optimistas son las bodegas. Las explotaciones vinícolas consideran que la situación es estable, mientras que las cooperativas prevén un considerable retroceso económico. Tanto importadores como exportadores esperan una mejora de la situación económica en 2019, después de que hubiese empeorado entre 2017 y 2018. En el caso de los mayoristas y los gastrónomos, la situación en 2018 fue mejor de lo previsto inicialmente en 2017, pero la perspectiva vuelve a ser algo más pesimista para 2019. Los minoristas especializados en vinos consideran que la situación se mantendrá estable.

14) Diferencias entre productores según el país de origen

En el caso de los productores italianos, las expectativas de 2017 se han cumplido en 2018, y se prevé un nivel similar para el nuevo año 2019. Las elevadas expectativas de los productores españoles para 2017 se vieron frustradas por la limitadísima cosecha de 2017, pero las perspectivas para 2019 son positivas. Después de un desarrollo constante entre 2017 y 2018, los productores franceses esperan un 2019 más positivo. En el caso de los productores alemanes, la escasa cosecha de 2017 ha



The World's No.1
International Trade Fair
for Wines and Spirits
17-19 March 2019
Düsseldorf, Germany www.prowein.com

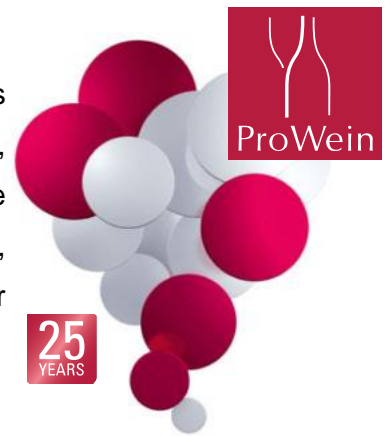


contribuido al desarrollo negativo, y las perspectivas para 2019 son las menos favorables de todos los países. Hay que considerar, no obstante, que los resultados reflejan también las distintas mentalidades entre países de origen. Sin duda, además de los motivos económicos reales, estas diferencias en cuanto a las expectativas reflejan también el "temor alemán" y el "optimismo del sur".

Conclusión

Ya en la segunda edición del informe comercial de la ProWein pudo apreciarse cómo parte de las expectativas de futuro de la primera edición se cumplían en el plazo de un año. El ascenso previsto de China ha tenido lugar antes de lo previsto, por lo que el país más poblado del mundo ocupa ya el primer puesto entre los mercados más atractivos, tanto actualmente como con vistas al futuro. Resultará de interés observar cómo se resuelven las expectativas para los próximos mercados del vino, como es el caso de Vietnam, India y Tailandia. Todas las expectativas coinciden en que el mundo del vino se alejará cada vez más de los países tradicionalmente productores de vinos y se desplazará hacia el este, en dirección a Asia y, en parte, al este de Europa. En este sentido, hay una estrecha relación con los nuevos formatos del vino. Mientras que el comercio del vino en los mercados tradicionales tiene lugar parcialmente en línea, Asia ha omitido varios pasos del desarrollo comercial y presenta cuotas muy superiores de comercio en línea, sobre todo debido a que los consumidores de vino son mayoritariamente jóvenes. En los próximos años revestirá gran importancia para el sector la solución a la ruinosa competencia en precios, ocasionada por la mayor transparencia del mercado en internet. Estados Unidos y Canadá son el tercer motor más importante para el crecimiento internacional del sector de los vinos, junto al poblado continente asiático y la cercanía geográfica a los países productores clásicos del este de Europa.

El estudio ha sido realizado por encargo de ProWein por el Instituto de economía del vino y las bebidas de la Escuela Superior de Geisenheim, bajo la dirección de la Prof. Dra. Simone Loose junto con su equipo. La ProWein y la Escuela Superior de Geisenheim se complacerán en continuar con el informe comercial de la ProWein los próximos años. De este modo, existe la posibilidad de comprobar si las expectativas actuales se van a cumplir en el futuro y qué cambios inesperados se producirán. Además de una serie temporal a más largo plazo de un barómetro del



The World's No.1
International Trade Fair
for Wines and Spirits
17-19 March 2019
Düsseldorf, Germany www.prowein.com



mercado internacional, cada año se incorporarán al cuestionario algunos temas especiales interesantes. Queremos expresar nuestro agradecimiento a quienes han participado en la encuesta y esperamos seguir contando con la colaboración de los productores y distribuidores de vino.

- Fin -

Puede encontrar material gráfico de alta resolución de la ProWein en nuestra base de datos fotográfica en el área "Presse Service" en www.prowein.de.

Contacto para la prensa

Christiane Schorn, Monika Kissing, Brigitte Küppers

Tfno.: +49 211 4560 991

SchornC@messe-duesseldorf.de; KissingM@messe-duesseldorf.de

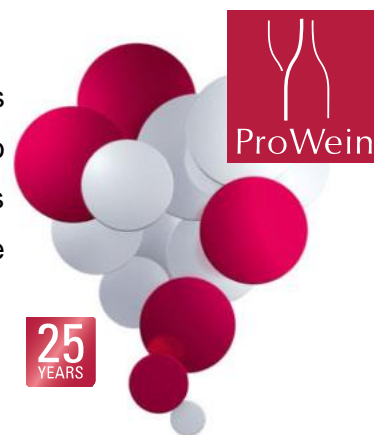
KueppersB@messe-duesseldorf.de

Más información en:

www.prowein.de o en las redes sociales

Facebook: www.facebook.com/ProWein.tradefair

Twitter: <https://twitter.com/ProWein>



The World's No.1

International Trade Fair
for Wines and Spirits

17-19 March 2019

Düsseldorf, Germany www.prowein.com

