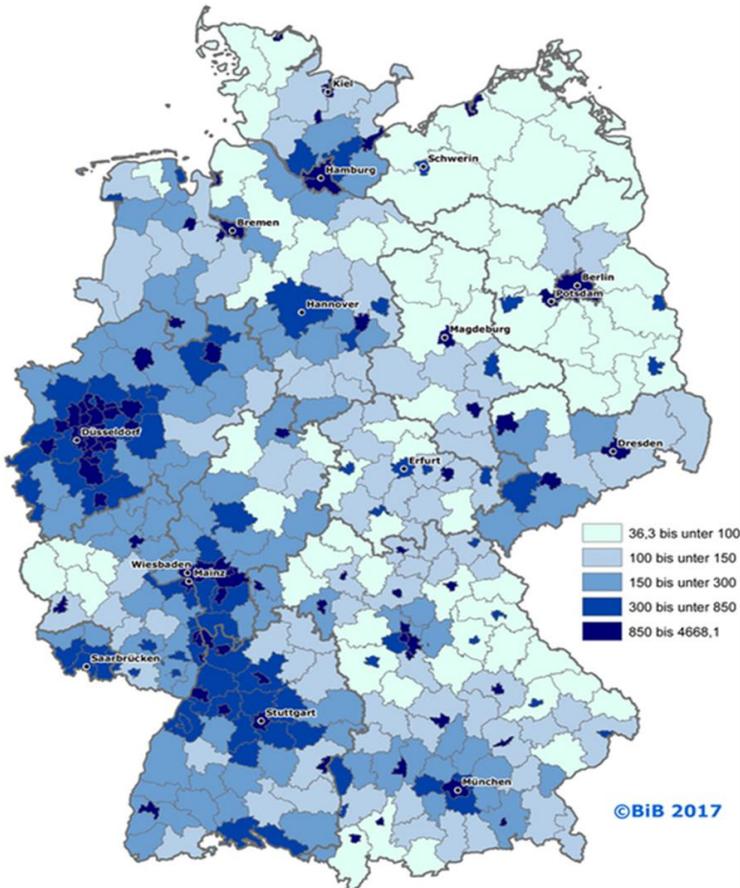


El mercado vitivinícola en Alemania

10 de abril 2018

Densidad de población (habitantes por km²) en Alemania en 2015



Datenquelle: Statistisches Bundesamt, Berechnungen BiB, ähnliche Klassenbesetzung
© GeoBasis-DE / BKG (2015)

Alemania

Habitantes: 85,2 millones (2017).

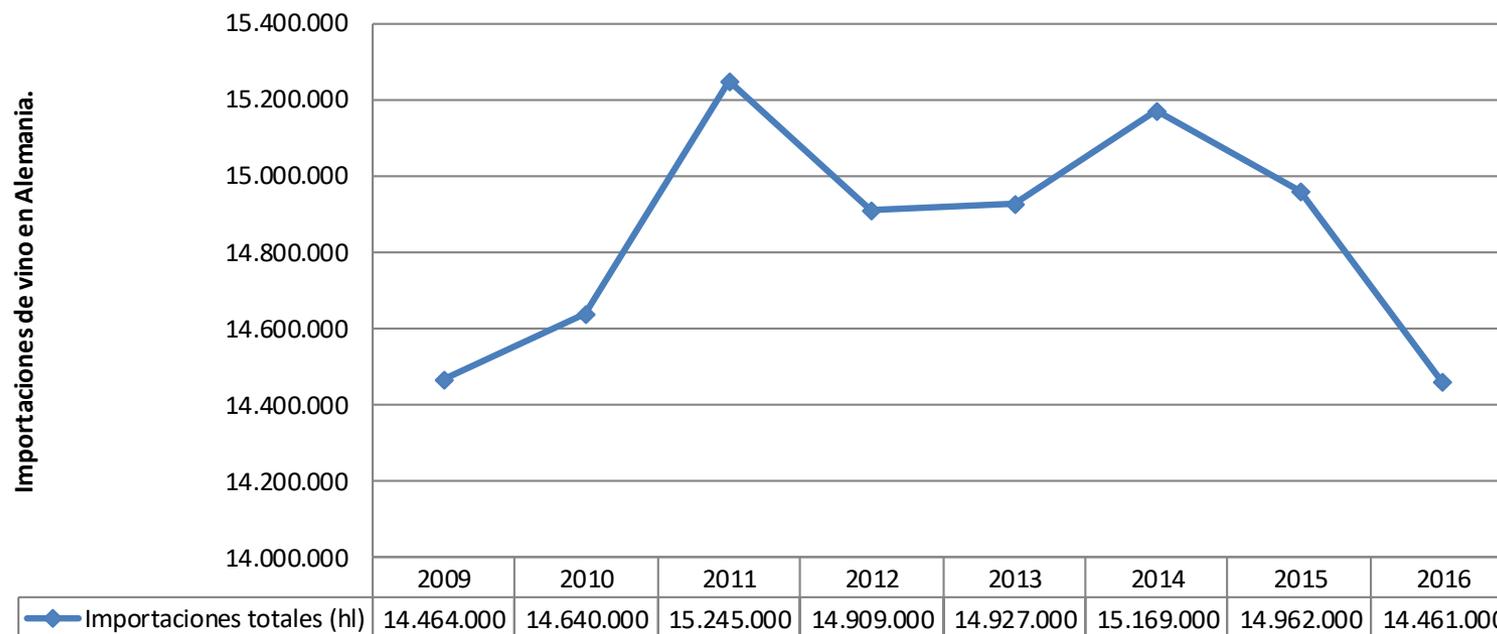
PIB per cápita: 39.454 € (2017).

Principales ciudades:

1. Berlin 3.574.830
2. Hamburg (Hamburgo) 1.810.438
3. München (Múnich) 1.464.301
4. Köln (Colonia) 1.075.935
5. Frankfurt am Main 736.414
6. Stuttgart 628.032
7. Düsseldorf 613.230
8. Dortmund 585.813
9. Essen 583.084
10. Leipzig 571.088

El mercado del vino en Alemania

Importaciones totales de vino por año en (hl)

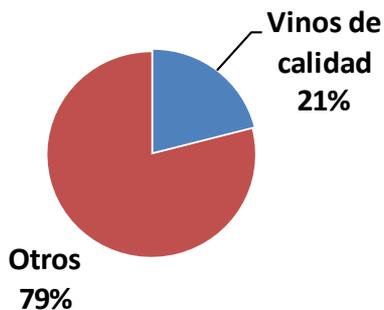


Fuente: Elaboración propia. Datos del Ministerio alemán de estadística

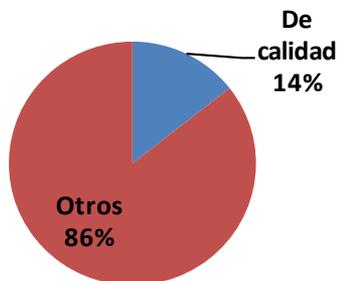
El mercado del vino en Alemania

En 2016 Alemania importó:

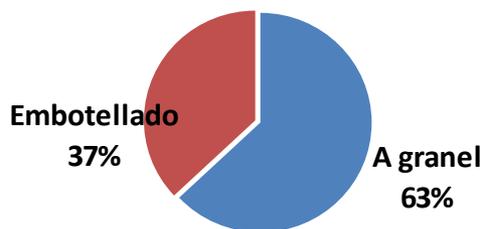
17,179 millones de hl de vino. Con un valor de 2,567 mil millones de €.



Cantidad total: 6.614.000 hl
Valor total: 650 millones de € (98 €/hl)

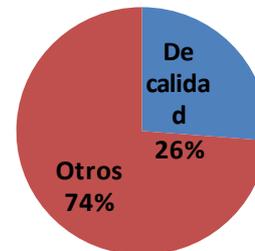
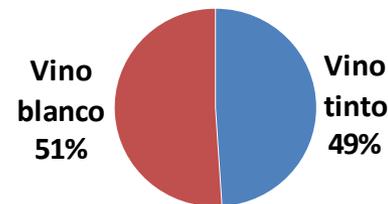


V. Calidad: 228 €/hl
Otros: 76 €/hl



Cantidad total: 6.344.000 hl
Valor total: 1.176 millones de € (185 €/hl)

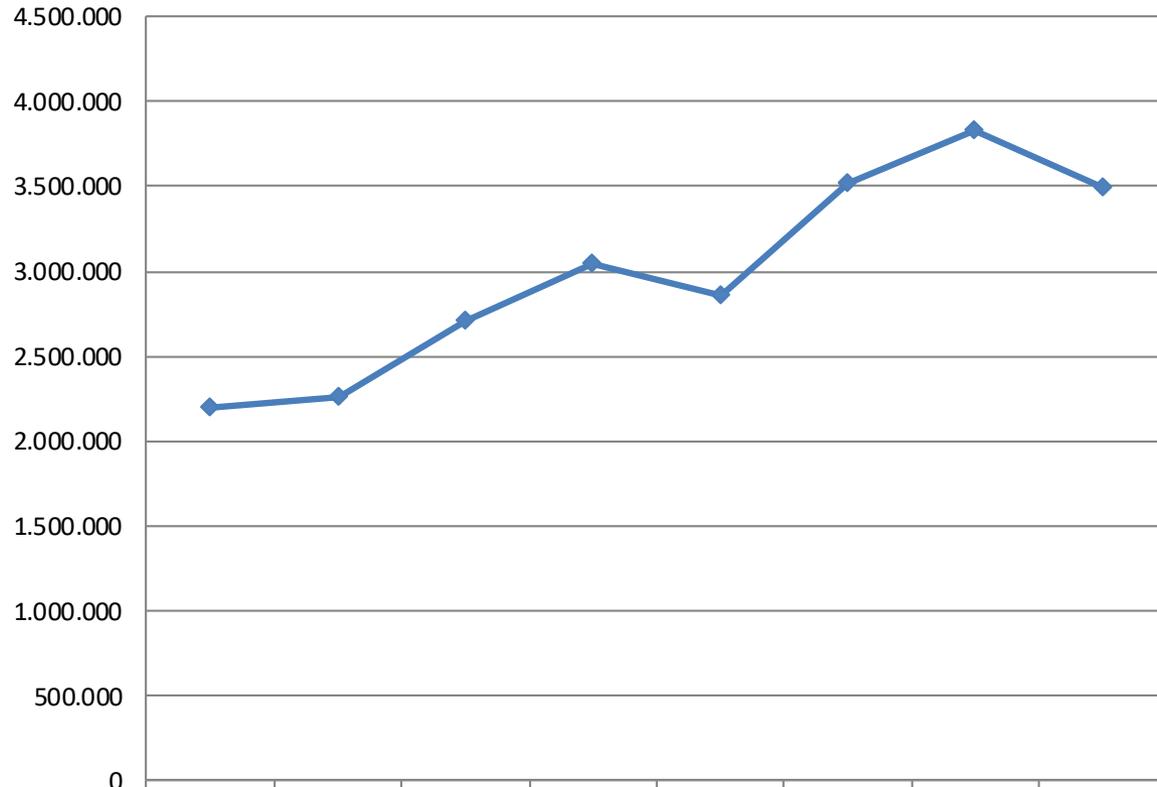
V. Calidad: 343 €/hl
Otros: 136 €/hl



Fuentes: Elaboración propia, datos del Instituto Alemán del Vino 2016

El mercado del vino en Alemania

Importaciones de vino desde España (hl)

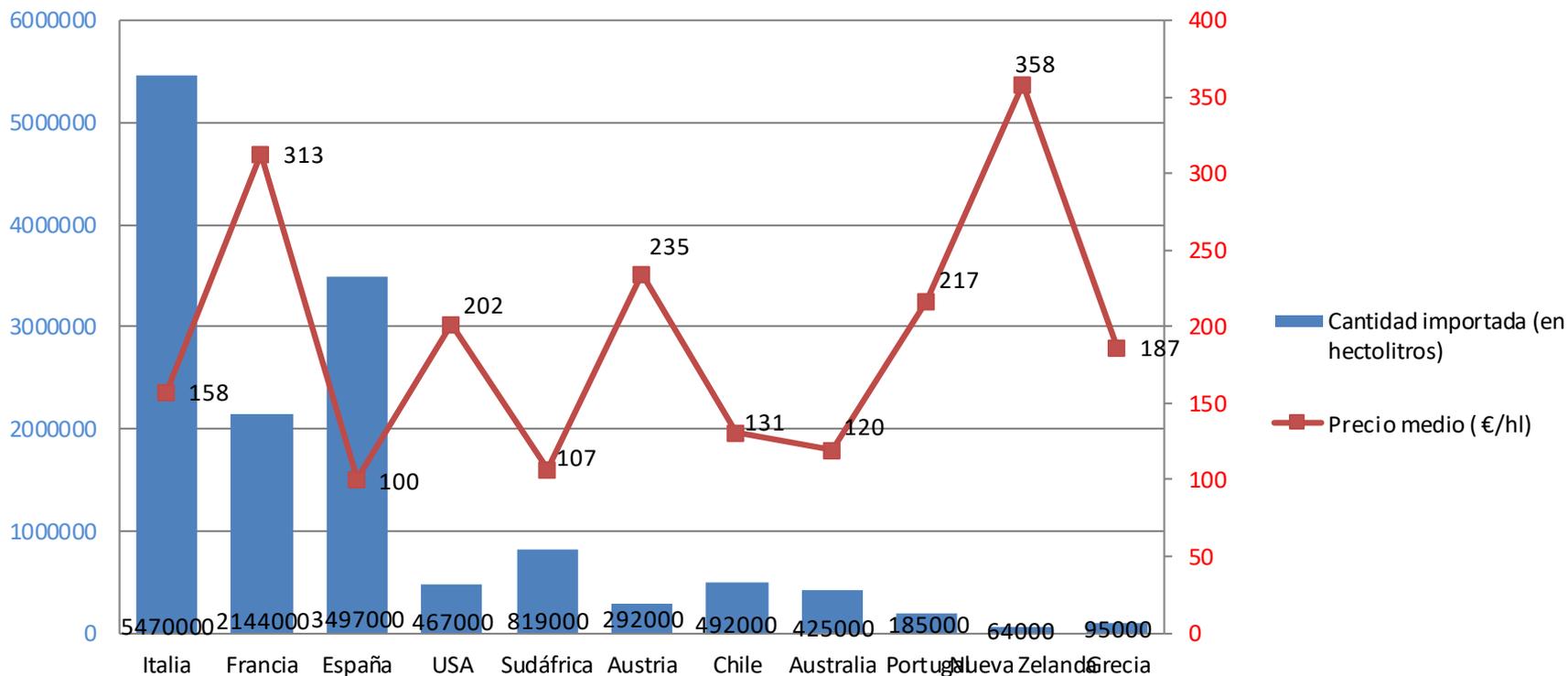


◆ Importaciones de vino desde España (hl)	2.202.000	2.257.000	2.702.000	3.041.000	2.860.000	3.515.000	3.824.000	3.497.000
---	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

Fuente: Elaboración propia. Datos del Ministerio alemán de estadística 2016

El mercado del vino en Alemania

Importaciones de vino en Alemania por país de origen (2016)



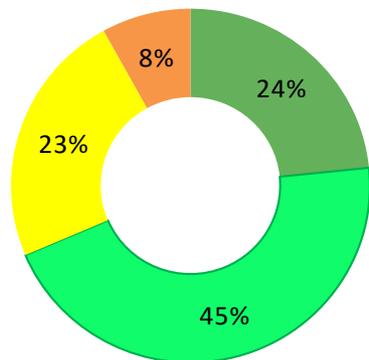
España: Mucha cantidad, bajo precio.

Francia: Menor cantidad, mayor precio

Fuentes: Elaboración propia, datos del Instituto Alemán del Vino 2016

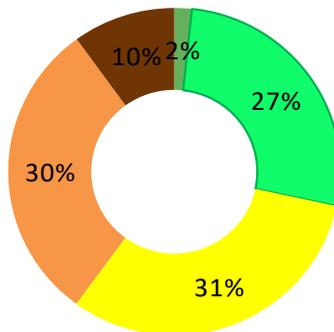
El mercado del vino en Alemania según encuesta a vendedores del comercio especializado

¿Qué exitosa es la venta de vinos de España?

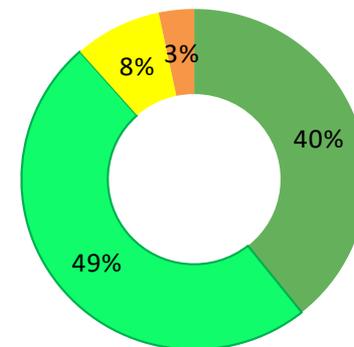


¿Cómo valoran la venta de vino tinto español de más de 15 €

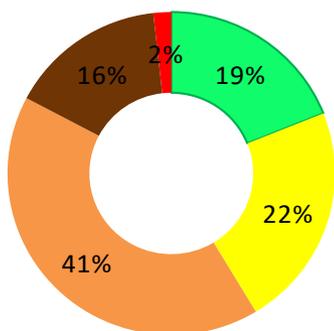
- Muy bien
- Bien
- Adecuado
- Regular
- Mal
- Muy mal



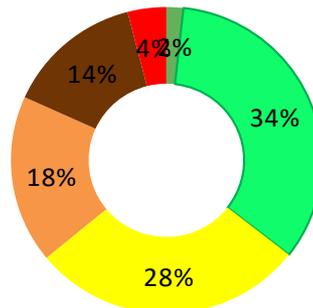
¿Cómo valoran la venta de vino español de entre 5 y 10 euros?



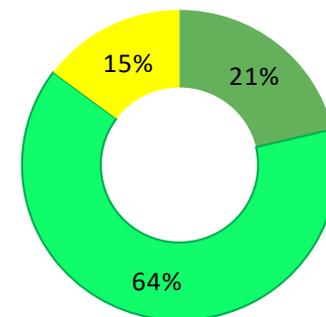
¿Cómo valoran la venta de vino blanco español?



¿Cómo valoran la venta de vino rosado español?



¿Cómo valoran la relación calidad-precio de los vinos españoles?

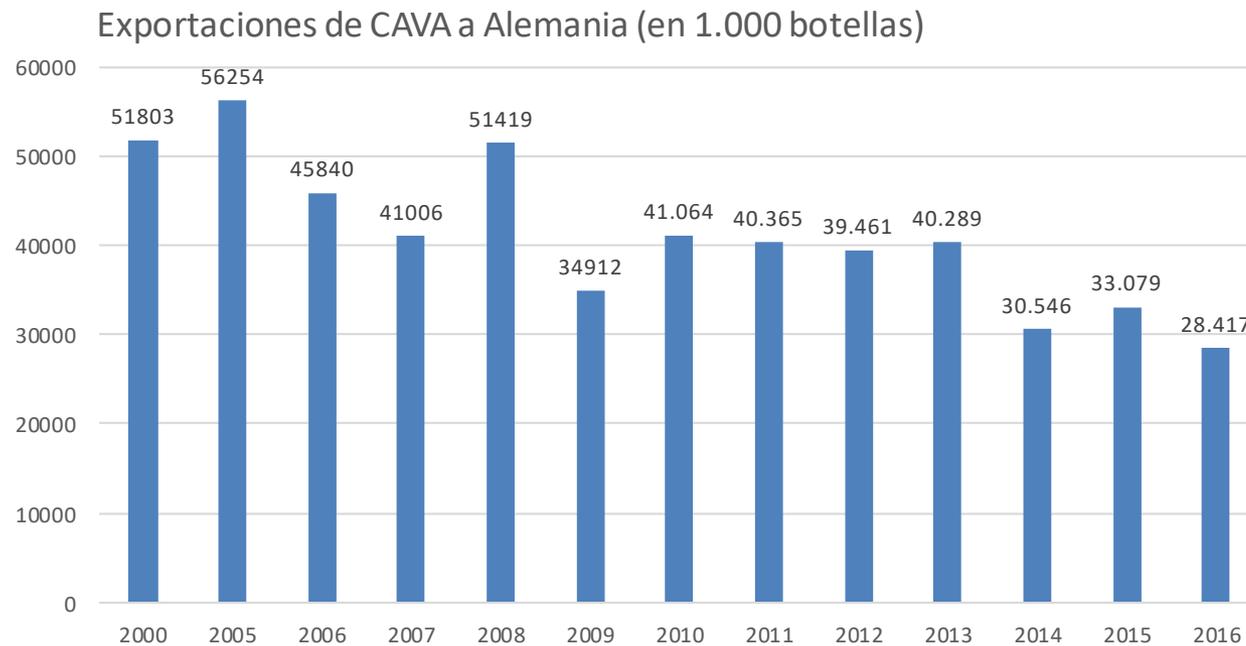


Fuentes: Revista Weinwirtschaft 6- 2018.

El CAVA en Alemania



A pesar de la disminución en importaciones, Alemania sigue siendo el segundo mayor importador de CAVA.



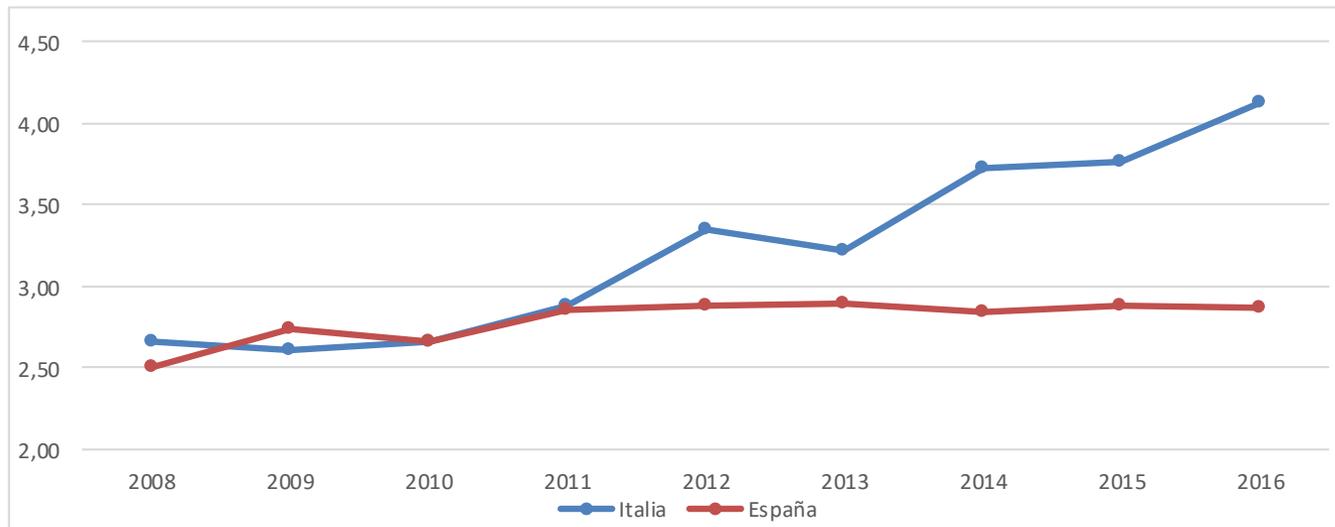
Fuente: Elaboración propia. Datos Consejo regulador del Cava.

El CAVA en Alemania



España e Italia exportan aproximadamente la misma cantidad de vino espumoso a Alemania, pero...

Precio medio de las importaciones de vino espumoso según origen (miles de euros por tonelada)



Italia se consolida como el vino espumoso de “clase media”

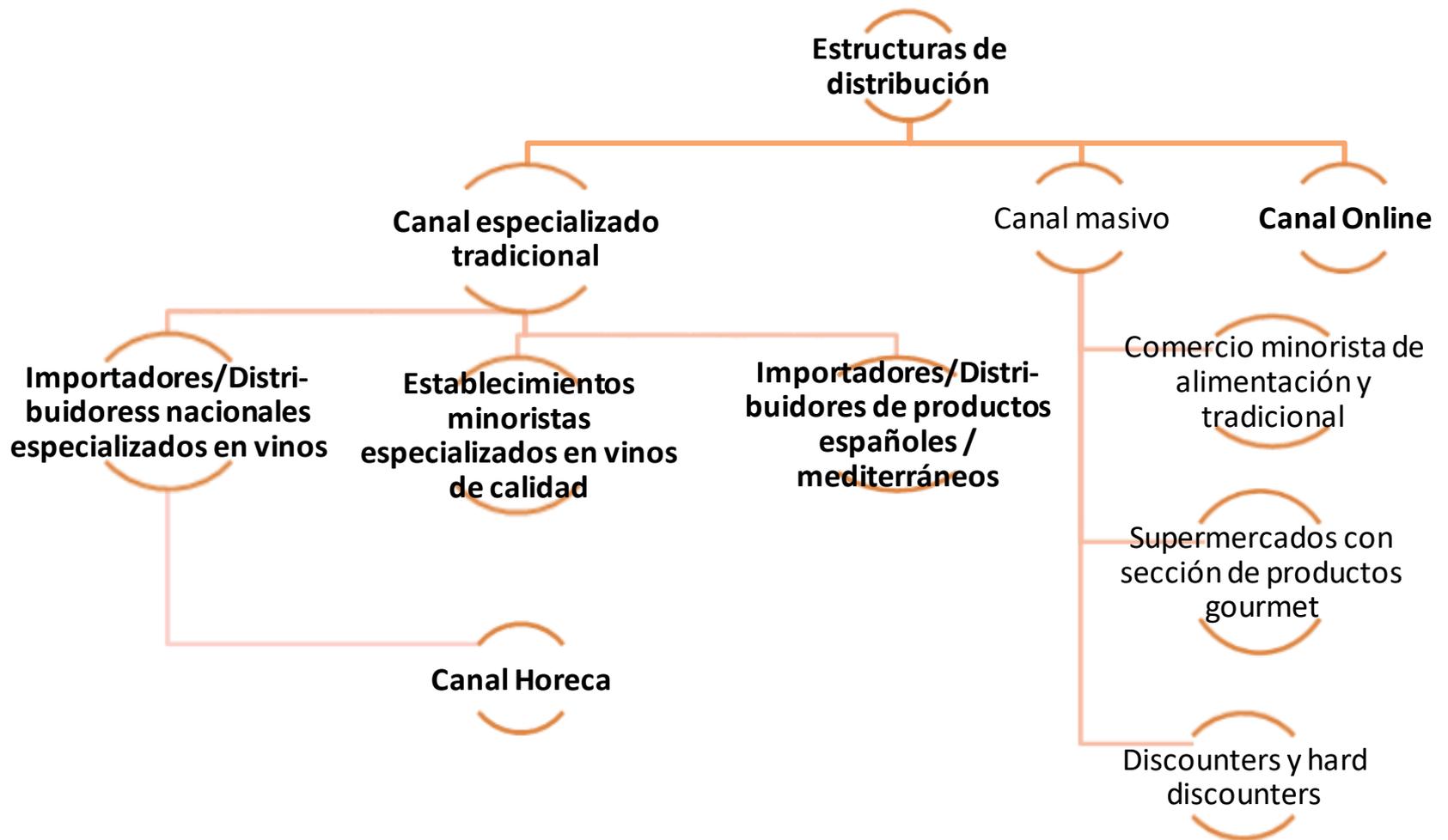
Fuente: Elaboración propia. Datos del Ministerio Alemán de estadística

El CAVA en Alemania



- Dificultad crear marca. DO CAVA (todos de 4 € a 100 €). Se conocen únicamente los más baratos. Dificultad de asociar CAVA a producto Premium.
- No se ha establecido como producto en la alta cocina.
- Dificultad de promocionar los CAVA Premium más allá de los concedores y *insiders*.
- Sin embargo, se observa un creciente interés por los CAVA Premium (+31% en 2016)

Fuente: Revista Weinwirtschaft 18/2017



	Cuota de mercado*	PVP medio €* Promedio vino de España: 5,05€	Segmento
Discounter	49 %	2,5 €	Genérico < 3,00 € Genérico + 3,00 – 4,00 €
Supermercados hipermercados	29 %	3,50 €	Básico 3,00 – 5,00 €
Comercio minorista y cadenas especializadas	8 %	7,50 €	Premium 5,00 – 10,00 € Super Premium 10,00 – 25,00 €
Directamente de la bodega	11 % (24% de los vinos alemanes)	6,75 €	
Internet	3 % (2014)	6,68 €	Premium 5,00 – 10,00 € Super Premium 10,00 – 25,00 €

Precio medio
2,92€ / L (2016)

Dificultad de superar la barrera psicológica de



Estructuras de distribución. Canal especializado tradicional

Importadores/ Distribuidores especializados en vinos

- Nacionales o regionales
- Con clientes por todo el país, formado por comercios minoristas y canal HORECA
- Pueden pedir exclusividad y condiciones especiales.



Catalonia
Trade & Investment

Generalitat de Catalunya
Regierung von Katalonien

Establecimientos minoristas especializados en vinos de calidad

- Con clientes en su zona, clientes finales, canal HORECA y otros establecimientos.
- La gran mayoría opera desde un establecimiento con almacén:

Especializados en vinos españoles:



Importadores de productos españoles y mediterráneos

- Distribución regional
- Clientes: establecimientos de productos españoles, restaurantes, bares, tiendas gourmet.
- Piden productos de gama comercial



CataloniaConnects
catalonia.com

Estructuras de distribución: Canal masivo

Supermercados



Grandes superficies



Discounters



- Gran volumen a precios muy reducidos.
- Alta concentración de empresas.
- Unos de los márgenes más estrechos de Europa.
- Tendencia a probar nuevos modelos de distribución y a ofrecer también algunos vinos de segmentos medianos.



Estructuras de distribución: Canal masivo

Supermercados y grandes almacenes con una gran oferta de productos gourmet

- Mayor oferta de vinos.
- Precios más elevados que los supermercados tradicionales
- Clientes más exigentes



Estructuras de distribución. Canal online

Mercados Online



Supermercados con tienda online



Lidl vende vinos de hasta 350€ únicamente en la tienda online.

Comercio especializado multicanal



Mein Geschmack ist



www.pinard.de



LUDWIG VON KAPFF
WIR EMPFEHLEN WEIN SEIT 1692



www.rindchen.de



Pure Players



weine.de
KAUFEN WAS SCHMECKT



Perfiles diferenciados:

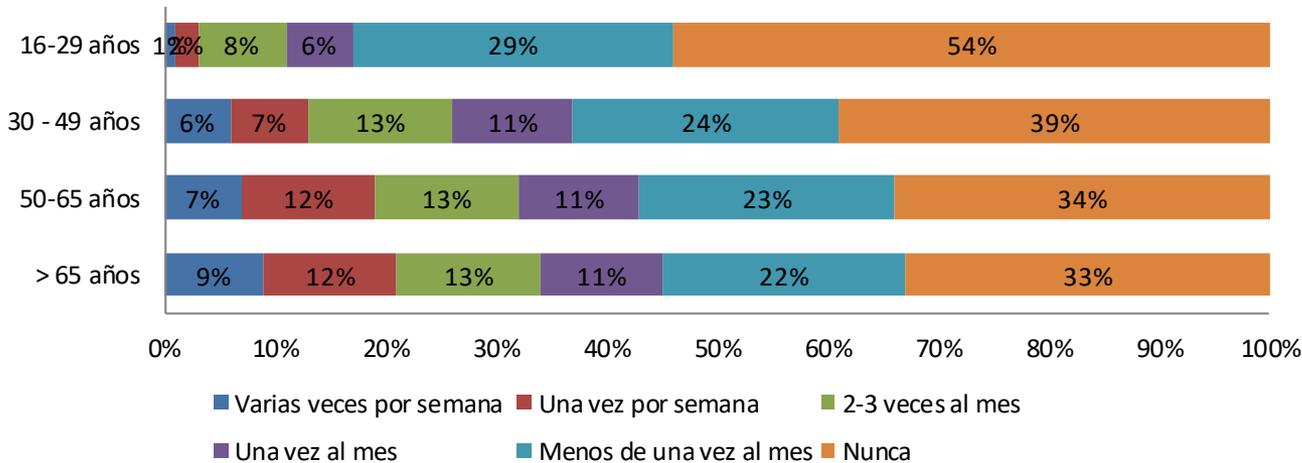
Wine in Black: Vinos exclusivos. (Aprox. 225 referencias).

Belvini: Variedad + descuentos y promociones. (Aprox. 12.000 referencias).

El consumidor alemán: Consumo de vino

	16-29 años	30 - 49 años	50-65 años	> 65 años
Dimensión grupo de edad (%)	15%	33%	27%	26%
Consumo per cápita (l)/año	18	33	37	39
Gasto per cápita en vino (€)/ año	69	153	180	190
Precio medio por vino (€)/l	3,8	4,6	4,9	4,8

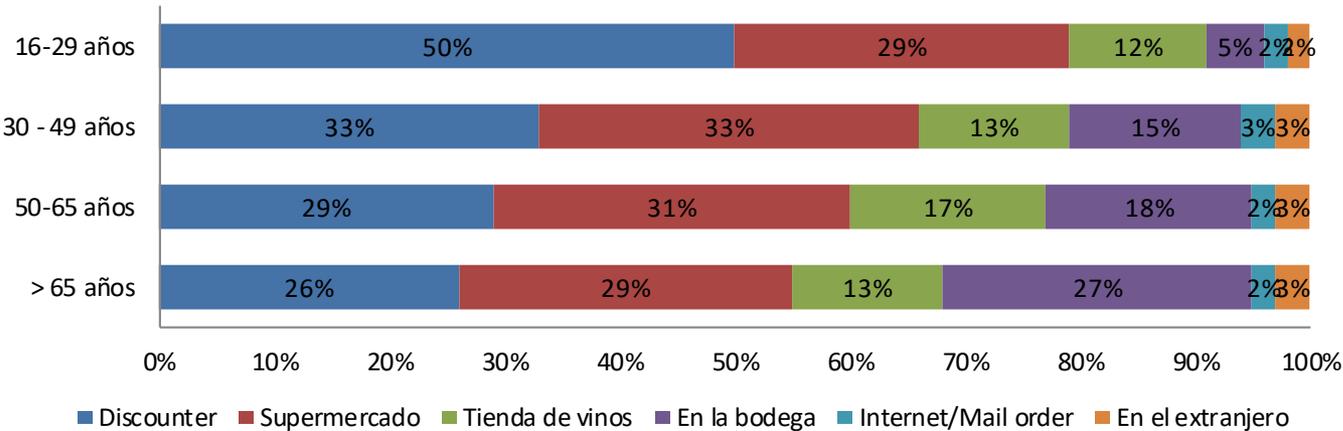
- Mayor edad = Mayor consumo de vino.
- > 65: Mayor gasto por cápita en vino al año.
- 50-65 años: mayor precio medio por el vino.



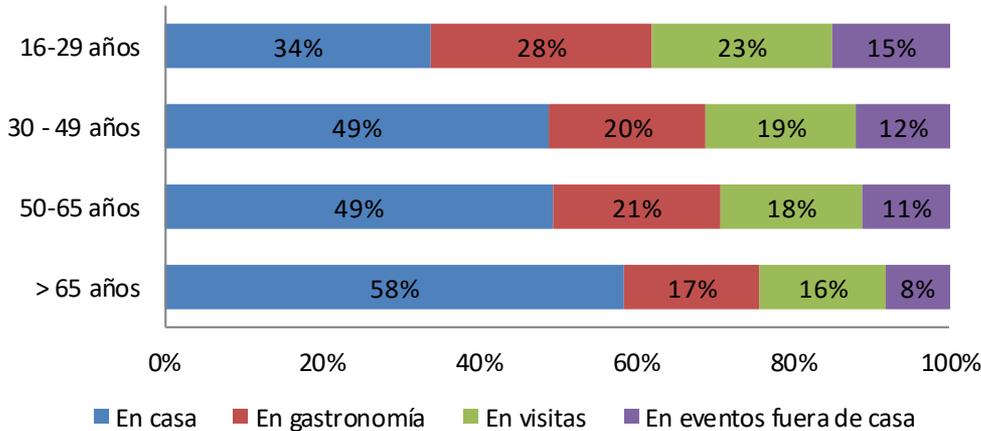
Fuentes: Geisenheim University

El consumidor alemán: Consumo de vino

Canal de distribución por grupos de edad



Lugar de consumo de vino por grupos de edad



- ± 1/2 del vino se consume en casa.
- Para la gente más joven es una bebida social, beben vino cuando reciben visitas o fuera de casa, en un restaurante o en un evento.
- Solo 1/3 de los jóvenes bebe vino en casa (consumo diario).
- Los jóvenes compran en el discounter, menor precio.

Fuentes: Geisenheim University

Consumo por grupos de edad: Preferencias

	16-29 años	30 - 49 años	50-65 años	> 65 años
Vino alemán	56%	47%	57%	65%
Vino importado	44%	53%	43%	35%

	16-29 años	30 - 49 años	50-65 años	> 65 años
Vino Blanco	51%	42%	39%	47%
Rosé	12%	14%	12%	10%
Vino Tinto	37%	44%	49%	44%

	16-29 años	30 - 49 años	50-65 años	> 65 años
Seco	49%	52%	55%	53%
Semi seco	30%	31%	33%	35%
Semidulce /dulce	21%	17%	12%	12%

- Interés en nuevos productos, nuevas D.Os y nuevos discursos enológicos
- Es usual el consumo de vinos sin comida.
- Las generaciones más jóvenes consumen menos vino y tienen menos interés.
- Los jóvenes prefieren vinos blancos con un mayor azúcar residual.
- Motivos de los jóvenes para no consumir vino:
 - Falta de tradición familiar
 - No es una bebida tradicional en la región
 - Los amigos no beben vino
- Los jóvenes y los más mayores prefieren el vino blanco.
- Mayor edad = aumenta la preferencia por vinos secos y disminuye la preferencia por vinos dulces.
- El grupo de edad de 30-49 años son los únicos que prefieren los vinos importados a los alemanes.

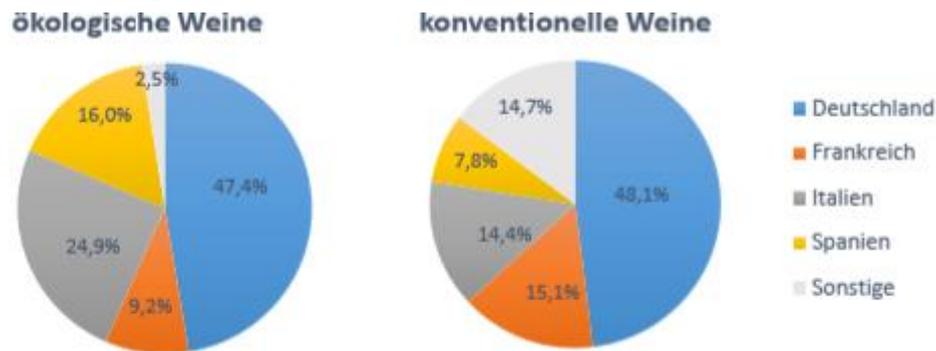
Fuentes: Geisenheim University

Tendencias y oportunidades: Vinos ecológicos



- **Sector en crecimiento.** Porcentaje sobre el total del mercado del vino: 0,6 % (2008) > 5% (2015)
- Precio medio **45% superior** que el vino convencional
- **Imagen vinculada a:**
 - SALUD
 - RESPETO POR EL MEDIO AMBIENTE
 - NIVEL DE CALIDAD ALTO
- **Atrae:**
 - Residentes en ciudades
 - Con un nivel adquisitivo alto
- **Volúmen por canal de compras:**
 - Tienda productos bio/ alimentos naturales **90%**
 - Tienda de vino **7%**
 - Discounter **2%**
 - Minorista de alimentación **1%**

Porcentaje de gasto en vinos ecológicos y convencionales por países (2015)



Mayor cuota de mercado de los vinos ecológicos españoles que los convencionales.

Fuente: Revista Weinwirtschaft 17/2017 & Universität Kassel

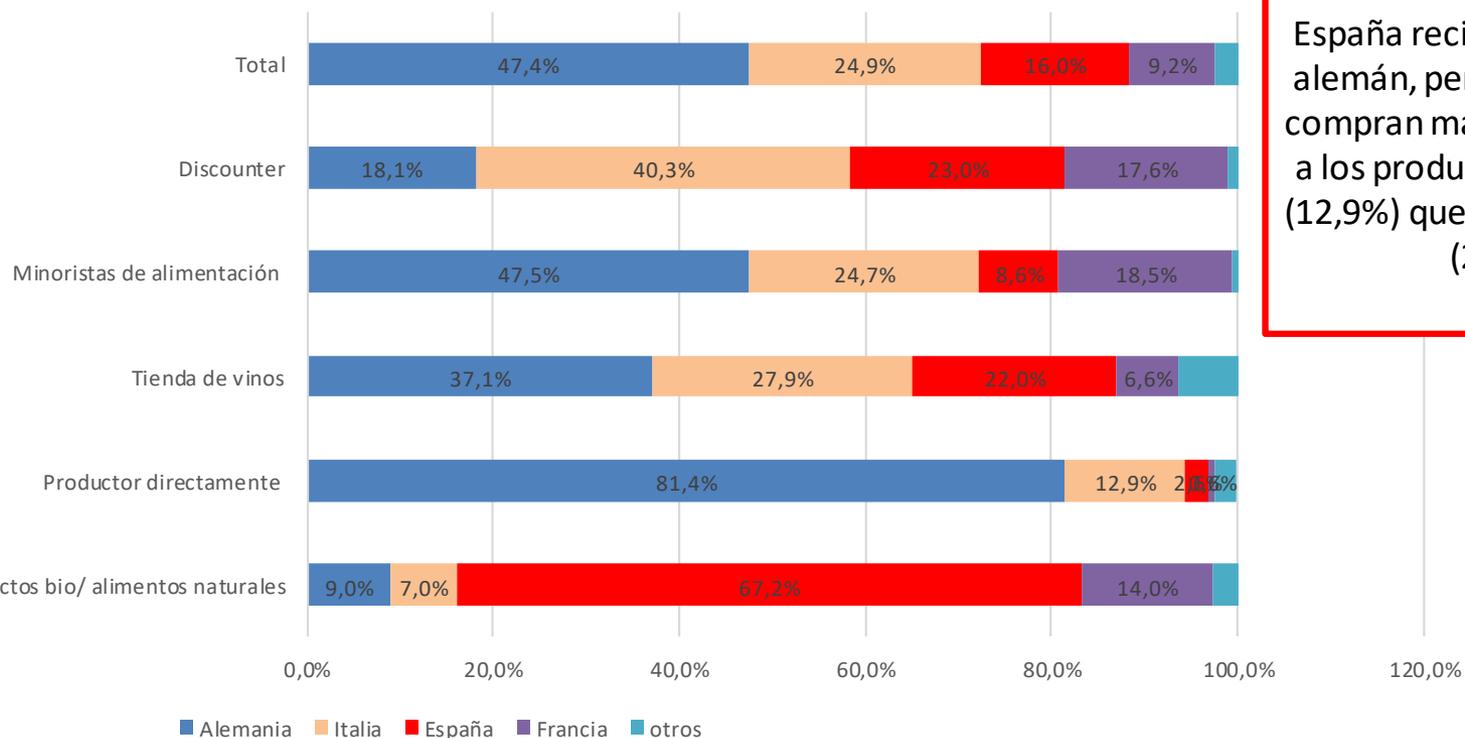
Tendencias y oportunidades: Vinos ecológicos



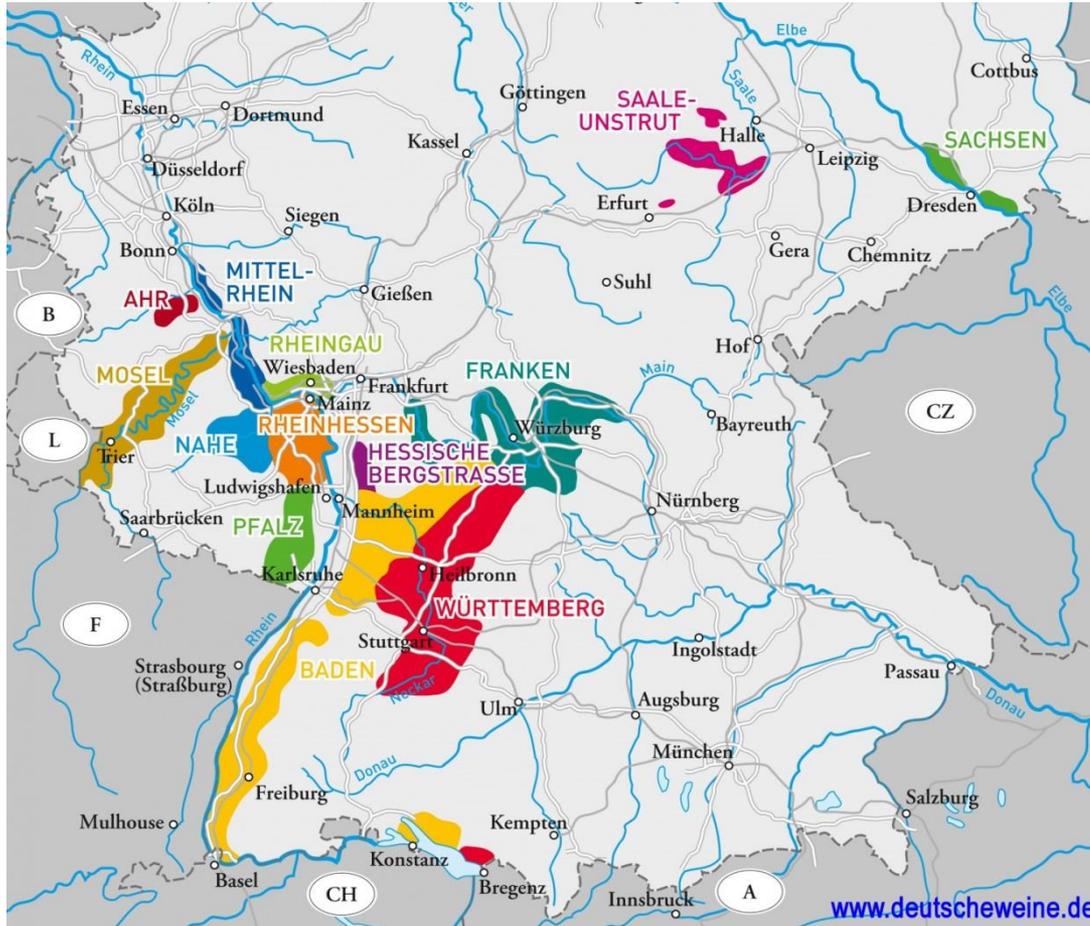
Volumen por canal de compras y países

Los vinos ecológicos españoles tienen mucha presencia en las tiendas de productos bio/ alimentos naturales y poca en los minoristas de alimentación.

España recibe más turismo alemán, pero los alemanes compran más directamente a los productores italianos (12,9%) que a los españoles (2,6%)



Fuente: Revista Weinwirtschaft 17/2017



Tendencias y oportunidades: la opinión de los expertos en el comercio especializado sobre los vinos españoles más demandados (marzo 2018)

- ✓ *Son generalmente vinos fáciles de entender. Predominan claramente los tintos. Suelen encontrar su sitio entre los vinos franceses con más barrica y los italianos afrutados.*
Jan Storck, Wein Stork Lüdinghausen
- ✓ *Se observa una tendencia alcista en la alta gastronomía.*
- ✓ *Los vinos españoles de más de 15 euros se compran para regalar y suelen comercializarse en catas y presentaciones de los comercios.*
Marco Antonio Aguado, Ravenborg Hamburg
- ✓ *Se apuesta más por vinos menos clásicos, como Montsant y Ribera del Duero, que los vinos de la Rioja.*
Christoph Schikora, Mövenpick Wein Dortmund
- ✓ *Vinos de más 15€ solo se venden bien si ofrecen un perfil diferenciado propio.*
- ✓ *El aumento del precio repercute más en la competitividad de los vinos blancos españoles, frente a otras regiones europeas.*
Annemarie Machacek, Weinladen Machacek München
- ✓ *Los vinos españoles siguen consolidados como dominadores del mercado de gama media (entre 5 y 10€).*
Susanne Tellkamp, WeinReich Gehrden
- ✓ *El aumento en la calidad del vino blanco español, no se ha traducido en una mayor demanda (falta de imagen)*
Robert Krupla, Hanglage Rüsselsheim
- ✓ *Los rosados tradicionales , de color oscuro y de estructura más suave encuentran mejor aceptación.*
- ✓ *Los rosados son una buena alternativa en verano para los amantes del vino tinto.*

Andreas Orthmann, Orthmann Weine Wuppertal

Fuente: Revista Weinwirtschaft 6-2018

Tendencias y oportunidades: Encontrar un nicho en un mercado saturado

➤ Vinos veganos, Natural Wines & Orange Wines:

Orange Wines: se producen con uvas blancas mediante una maceración prolongada. El mosto en fermentación permanece en largo contacto con las cáscaras de los granos de la uva, extrayendo de ellos tanino y el color naranja con tendencia al ámbar.



➤ Vinos y espumosos sin alcohol

➤ Concept Wines

Vinos que tienen un concepto y una historia. Esto se refleja en aspectos como el nombre, las etiquetas, la botella... Importante que se encuentre fácilmente información por internet.

➤ Un amplio rango de precios

Disponer que incluya un amplio rango de precios. Desde un vino más barato "de iniciación" a vinos más *premium*.



Requerimientos

Sistema EMCS: sistema informático para envío de productos de impuestos especiales en régimen suspensivo entre los distintos estados Miembros de la Unión Europea.

- **Umsatzsteuer-Identifikationsnummer (Identificación tributaria. Bundeszentralamt für Steuern)** - <http://www.bzst.de>
- **Número CAE (Código de Actividad y Establecimiento) de Impuestos Especiales:**
Este número autoriza a expedir a otro estado miembro de la UE productos sujetos a Impuestos Especiales en régimen suspensivo. El censo de CAEs se llama SEED/CAE (VAT number)
- **EORI (Economic Operator Registration and Identification Number)** es un número que sirve para que los operadores económicos se identifiquen ante las aduanas de la Unión Europea.
- **Schaumweinsteuer (Impuesto al vino espumoso)**
Porcentaje de alcohol < 6% : 51 €/hl (= 0,38 €/0,75 l),
Porcentaje de alcohol > 6%: 136 €/hl (= 1,02 €/0,75 l).

Ferias



ProWein

La feria de Vinos más grande del mundo.

Cuenta con más de 6.500 expositores de más de 60 países y 58.500 visitantes de 130 países.

Ciudad: Düsseldorf
17 a 19 de Marzo 2019.

BIOFACH

into organic

BIOFACH

La feria de alimentos orgánicos más grande del mundo.

Cuenta con más de 3.200 y aproximadamente 50.000 visitantes de 134 países.

Ciudad: Nürnberg
13 a 15 de Febrero 2019.

GRÀCIES PER LA VOSTRA ATENCIÓ!

CONTACTE

EQUIP Catalonia Trade & Investment BARCELONA

Mireia Llobet

Coordinadora Geogràfica - Europa

Tel. 93 567 68 83

mlobetr@gencat.cat

Marc Moreno

Consultor Àrea d'Estratègia Internacional – Sector alimentari

Tel. 935 538 938

marc.moreno@gencat.cat

CONTACTE

EQUIP Catalonia Trade & Investment ALEMANYA

Martí Adroher
Director Executiu

Teresa Puerta
Directora d'Àrea Innovació

Susanne Neumann
Directora d'Àrea Internacionalització

Lesly Mejía
Consultora

Anna Suarez
Consultora

Laura Masias
Consultora

Max Caneda
Tècnic

Moritz Stade
Tècnic

Björn Klose
Becari

Jan Oliete
Becari

Büro Barcelona:

Tel. +34 934 767 287

catalonia@catalonia.com

Accra / Beijing / Berlin / Bogotá / Boston / Brüssel / Buenos Aires / Casablanca / Kopenhagen / Dubai / Hongkong / Istanbul / Johannesburg
Lima / London / Mexiko-Stadt / Miami / Mailand / Moskau / Mumbai / Nairobi / New York / Panama / Paris / Santiago de Chile / São Paulo /
Seoul / Shanghai / Silicon Valley / Singapur / Stuttgart / Sydney / Teheran / Tel-Aviv / Tokyo / Warschau / Washington DC / Zagreb-Belgrad

Catalonia
Trade & Investment

 **Generalitat de Catalunya**
Regierung von Katalonien

CataloniaConnects
catalonia.com